

**PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN
LAYANAN *MOBILE BANKING***

(Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)



Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

MARIO LEDESMAN

NPM. 1451020234

Jurusan : Perbankan Syariah

FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN

LAMPUNG

1439H/2018M

**PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN
LAYANAN *MOBILE BANKING***

(Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya)

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

MARIO LEDESMAN

NPM. 1451020234

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Any Eliza, S.E., M.Ak.

Pembimbing II : Muhammad Iqbal, M.E.I.

FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN

LAMPUNG

1439H/2018M

ABSTRAK

Pada era teknologi informasi sekarang ini perilaku nasabah/konsumen banyak berubah dalam melakukan transaksi perbankan, dimana nasabah sangat mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan. Teknologi *mobile banking* merupakan salah satu jenis pelayanan yang diberikan bank syariah mandiri kepada nasabahnya agar nasabah dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja dan dimana saja setiap saat tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan.

Rumusan masalah penelitian ini adalah: 1) Bagaimana pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*? 2) Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*? 3) Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*? 4) Bagaimana kualitas pelayanan menurut perspektif Islam?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSM Bandar Jaya. 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSM Bandar Jaya. 3) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSM Bandar Jaya. 4) Untuk mengetahui bagaimana pelayanan *mobile banking* menurut perspektif Islam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sifat asosiatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sampel penelitian ini sebanyak 78 responden yang diambil dengan teknik *incidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Metode analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t dan uji f), kemudian data diolah menggunakan aplikasi SPSS 17 for windows.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel manfaat memiliki nilai t_{hitung} sebesar $7,513 > 1,99254$ maka H_1 diterima, variabel kepercayaan memiliki nilai t_{hitung} sebesar $-1,590 < 1,99254$ maka H_2 ditolak, variabel kemudahan penggunaan memiliki nilai t_{hitung} sebesar $3,342 > 1,99254$ maka H_3 diterima. Dan uji R^2 sebesar 0,548, hal tersebut berarti variabel minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan. Pada prakteknya BSM Bandar Jaya sudah sesuai prinsip Islam karena setiap transaksi yang dilakukan nasabah berdasarkan kerelaan, BSM Bandar Jaya memasarkan produknya secara detail, BSM Bandar Jaya dalam transaksinya selalu menyampaikan sesuai fakta, BSM Bandar Jaya berbuat adil kepada nasabahnya, tidak membedakan antar nasabah, dan BSM Bandar Jaya berkomunikasi kepada nasabahnya nya dengan ramah, baik, dan sopan baik itu ucapan ataupun perbuatan.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endero Suratmin, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan, Sukarama, Bandar Lampung

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING

Nama Mahasiswa : Mario Ledesman

NPM : 1451020234

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

**Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN RadenIntan Lampung**

Pembimbing I

Pembimbing II

Any Eliza, S.E., M.Ak
NIP. 198308152006042004

Muhammad Iqbal, M.E.I.
NIP. 198811042015310007

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

Ahmad Habibi, S.E., M.E
NIP.197905142003121003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl Let.kol H. Endro Suratmin Sukaramo Telp: (0721) 703289 Bandar Lampung

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING disusun oleh: **Mario**

Ledesman NPM: 1451020234 Jurusan: Perbankan Syari'ah telah diujikan dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada

Hari/Tanggal: Kamis, 29 November 2018.

TIM MUNAQASAH

Ketua : Drs. Nasrudin, M.Ag.

Sekretaris : Diah Mukminatul Hasimi, M.EsY

Penguji I : Budimansyah, S.Th.I., M.Kom.I

Penguji II : Any Eliza, S.E., M.Ak.

DEKAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM



Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag
NIP: 195808241989031003

MOTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

*sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)*¹



¹ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), h. 596.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kemampuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan penuh kebahagiaan, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda cinta kasih, tanggung jawab dan hormat tak terhingga kepada:

1. Kedua orangtuaku, Ayahanda Nurisman Tanjung, Ibunda Fauziar, Kakakku Melgi Elfandi, dan kedua adikku Nova Rahma Dayanti dan M. Ridwan Zarkhawi. Yang selalu memberikan semangat, motivasi serta selalu berdoa untuk keberhasilanku. Berkat pengorbanan, jerih payah, dan motivasi yang selalu diberikan akhirnya dapat terselesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan kesehatan, kemurahan rezeki dan keberkahan umur kepada Ayahanda, Ibunda, dan semua keluargaku selalu dalam lindungan-Nya.
2. Untuk kedua dosen pembimbingku Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak selaku pembimbing 1 dan Bapak Muhammad Iqbal, M.E.I selaku pembimbing 2 yang selalu memberikan semangat serta motivasi dan selalu sabar dalam membimbingku.
3. Untuk teman seperjuanganku Jovie, Deden, Gustiawan, Teo, Arsil, Dayat dan teman-teman semua khususnya Perbankan Syariah B yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang selalu memberikan motivasi satu sama lain.

4. Untuk partner PEJUANG SKRIPSI Arista Oktaviani, Rizka Aprillia, dan Muhammad Azwan yang selalu memberi masukan satu sama lain untuk bertukar pikiran dan pendapat.
5. Untuk Alamamterku tercinta Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung yang saya banggakan, dan akan saya jaga selalu nama baiknya.

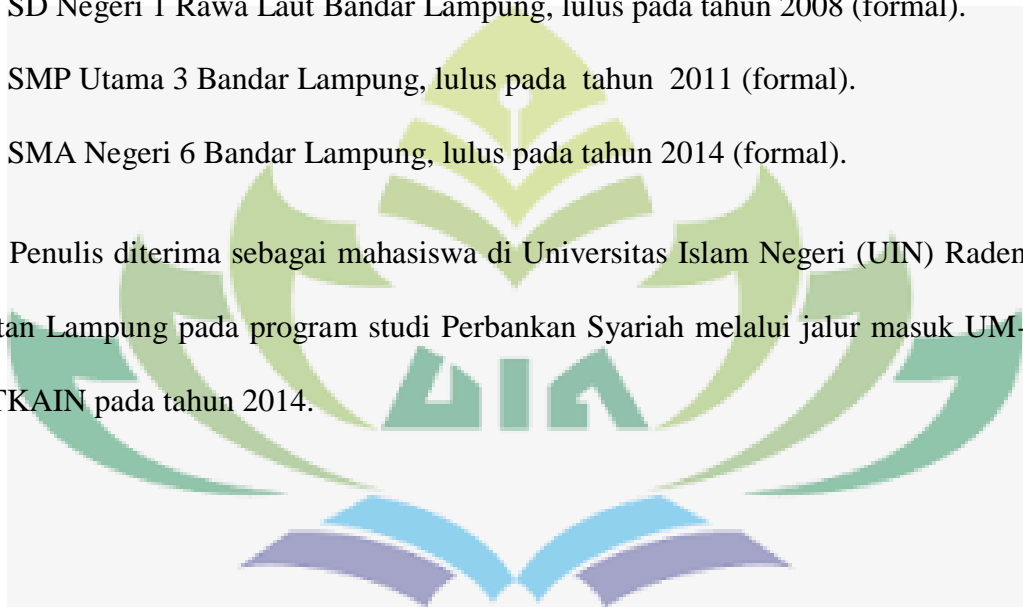


RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis yaitu, Mario Ledesman, lahir di Bandar Lampung 28 Maret 1996, anak kedua dari empat bersaudara. Dari pasangan Bapak Nurisman Tanjung dan Ibu Fauziar. Riwayat pendidikan penulis adalah sebagai berikut:

1. TK Gajah Mada Bandar Lampung, lulus pada tahun 2002 (formal).
2. SD Negeri 1 Rawa Laut Bandar Lampung, lulus pada tahun 2008 (formal).
3. SMP Utama 3 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2011 (formal).
4. SMA Negeri 6 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2014 (formal).

Penulis diterima sebagai mahasiswa di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung pada program studi Perbankan Syariah melalui jalur masuk UM-PTKAIN pada tahun 2014.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga sampai saat ini penulis diberikan kesehatan, kemudahan, serta kelancaran dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING*”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari bahwa ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak sangat saya harapkan. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Moh. Bahrudin, M.A selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), dan Bapak Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku ketua jurusan Perbankan Syariah UIN Raden Intan Lampung, beserta jajarannya.
2. Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak. selaku pembimbing satu yang telah banyak meluangkan waktu dan memberi arahan dalam membimbing serta memotivasi dan memberi semangat hingga skripsi ini selesai.
3. Bapak Muhammad Iqbal, M.E.I selaku pembimbing satu yang telah banyak meluangkan waktu dan memberi arahan dalam membimbing serta memotivasi dan memberi semangat hingga skripsi ini selesai.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selalu memberi motivasi dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Pimpinan dan staff Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya yang telah membantu penulis memberi informasi dan data untuk penelitian skripsi ini.
6. Teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung khususnya kelas B. Dan semua pihak yang membantu yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
7. Perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, Perpustakaan daerah provinsi Lampung, Perpustakaan Bank Indonesia Lampung yang telah banyak menyediakan materi untuk skripsi ini.

Akhir kata jika penulis ada kelalaian dalam penulisan skripsi ini penulis mohon maaf dan kepada Allah mohon ampun dan perlindungan-Nya. Dan karya penulis ini berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul	3
C. Latar Belakang Masalah	4
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan dan Manfaat	11
1. Tujuan	11
2. Manfaat	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Bank Syariah.....	13
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah di Dunia	15
2. Sejarah Berdirinya Bank Syariah di Indonesia	15
3. Dasar Hukum Perbankan.....	16
4. Tujuan Bank Syariah.....	16
5. Ciri-Ciri Bank Syariah.....	17
6. Keistimewaan Bank Syariah.....	18

7. Akad Bank Syariah.....	19
B. Pelayanan	25
1. Perilaku Konsumen	26
2. Perilaku Konsumen Menurut Islam	26
3. Pemasaran.....	28
4. Tujuan Pemasaran.....	29
5. Kualitas Pelayanan Menurut Islam.....	29
C. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mobile Banking.....	32
1. Pengertian Mobile Banking.....	32
2. Manfaat	33
3. Kepercayaan.....	34
4. Kemudahan Penggunaan.....	35
5. Minat.....	36
D. Penelitian Terdahulu	41
E. Kerangka Pemikiran	43
F. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
A. Jenis dan Sifat Penelitian	49
B. Jenis dan Sumber Data.....	50
C. Metode Pengumpulan Data.....	51
D. Populasi dan Sampel.....	52
E. Variabel dan Definisi Operasional.....	53
F. Metode Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Deskripsi Obyek Penelitian	63
B. Gambaran Umum Responden.....	67
C. Analisis Data.....	69
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69

2. Uji Asumsi Klasik	72
3. Uji Hipotesis.....	73
4. Pembahasan.....	78

BAB V Penutup	89
----------------------------	-----------

A. Kesimpulan	89
---------------------	----

B. Saran	91
----------------	----

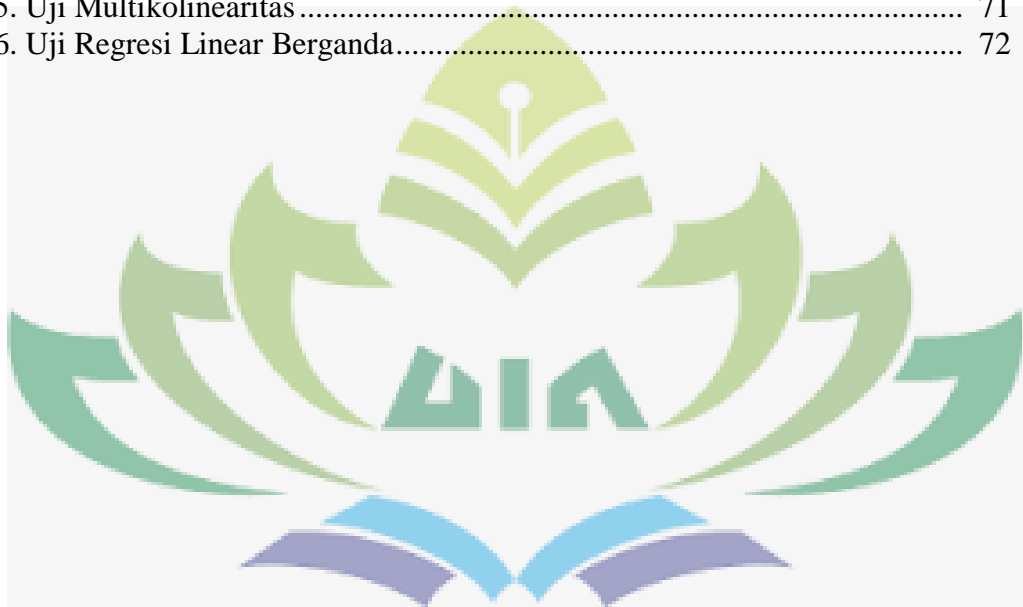
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Data Nasabah Pengguna Mobile Banking BSM Bandar Jaya	9
3.1. Definisi Operasional Variabel.....	53
4.1. Distribusi Jawaban Karakteristik Responden.....	65
4.2. Uji Validitas	68
4.3. Uji Reliabilitas	69
4.4. Uji Normalitas.....	70
4.5. Uji Multikolinearitas	71
4.6. Uji Regresi Linear Berganda.....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Surat Riset
 2. Lampiran 2 : SK Pembimbing
 3. Lampiran 3 : Berita Acara Seminar Proposal
 4. Lampiran 4 : Surat Persetujuan Pergantian Judul
 5. Lampiran 5 : Blanko Konsultasi
 6. Lampiran 6 : Kuesioner Penelitian
 7. Lampiran 7 : Pertanyaan Wawancara
 8. Lampiran 8 : Hasil Jawaban Responden
 9. Lampiran 9 : Hasil Uji SPSS
 10. Lampiran 10 : Tabel R
 11. Lampiran 11 : Tabel T
 12. Lampiran 12 : Tabel F
 13. Lampiran 13 : Hasil Distribusi Jawaban Responden
 14. Lampiran 14 : Daftar Layanan Dalam Mobile Banking
 15. Lampiran 15 : Berita Acara Munasqosah
- 

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*.”** Sebelum penulis menguraikan pembahasan penelitian dengan judul tersebut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca. Penegasan judul ini dibuat untuk membatasi arti kalimat dalam penulisan dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud.

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.² Istilah pengaruh disebut juga dengan akibat asosiatif, yaitu suatu penelitian yang mencari pertautan nilai antara suatu variabel dengan variabel lainnya.
2. Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.³

² Penyusunan Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2011), h. 1045.

³ Davis, “Preived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology”, *Jurnal Management Information System* (Online) Vol. 13, No. 3, h. 320.

3. Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan.⁴
4. Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.⁵
5. Minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan *m-banking* yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan.⁶
6. *Mobile banking* adalah sebuah layanan perbankan yang dapat diakses oleh nasabah melalui telepon seluler (*handphone*).⁷ Untuk operator GSM (*Global System Mobile*) sudah support untuk transaksi via *mobile banking*, namun untuk operator CDMA (*Code Division Multiple Access*) masih ada yang belum mendukung layanan *mobile banking*.⁸

Dari beberapa definisi di atas, penulis mengambil kesimpulan untuk menegaskan judul yang dibuat bahwa layanan *mobile banking* sangat

⁴ Dwi Mastia Harlan, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan E-Banking" (Skripsi, Akuntansi, Yogyakarta, 2014), h. 43.

⁵ Davis, *Op. Cit*, h. 318.

⁶ Dwi Mastia Harlan, *Op. Cit*, h. 42.

⁷ Yandi Wibowo, "Analisis Tingkat Kesuksesan Mobile Banking Dengan Menggunakan Respesifikasi Model Delone Dan Mclean" (Skripsi, Akuntansi, Surakarta, 2011), h. 12.

⁸ Wiji NurAstuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 110.

bermanfaat dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. Layanan yang dapat diakses melalui *mobile banking* diantaranya yaitu nasabah dapat melakukan transfer sesama bank ataupun bank lain, cek saldo, informasi kurs, pembelian *online* (voucher pulsa, voucher token listrik), pembayaran *online* (listrik, telepon, PDAM, *e-commerce*). Dari beberapa layanan yang diberikan *mobile banking* penulis mengambil judul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Melakukan Transaksi Menggunakan Layanan *Mobile Banking*”.

B. Alasan Memilih Judul

1. Secara Objektif

- a. Penulis memilih judul tentang *mobile banking* karena *mobile banking* merupakan salah satu produk perbankan termasuk perbankan syariah dan termasuk dalam strategi pemasaran bank. Bank memberikan layanan *mobile banking* untuk memberikan manfaat, kepercayaan, dan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi, dimana nasabah menginginkan layanan yang praktis dan tidak menguras banyak waktu. Dengan kehadiran *mobile banking* ini dapat membantu nasabah untuk melakukan transaksi di manapun dan kapanpun.
- b. Penulis memilih judul tentang *mobile banking* karena pada kenyataannya sering mengalami gangguan sistem layanan, dimana saat nasabah melakukan transaksi sering gagal tetapi saldo nasabah terpotong (terdebet). Sehingga hal tersebut membuat nasabah ragu-ragu untuk menggunakan

layanan tersebut karena hal semacam ini akan merepotkan nasabah ketika harus mengurus lagi ke meja teller bank, sehingga nasabah lebih memilih untuk melakukan transaksi dengan mesin ATM.

- c. Penulis memilih Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya sebagai lokasi objek penelitian karena penulis ingin mengetahui sejauh mana pengetahuan nasabah bank syariah mandiri kantor cabang Bandar Jaya memahami tentang layanan *mobile banking* dan seberapa banyak nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* tersebut. Serta memahami sejauh mana manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* ketika nasabah bertransaksi menggunakan layanan tersebut.

2. Secara Subjektif

- a. Pokok bahasan skripsi ini sesuai berdasarkan dengan jurusan penulis yaitu Perbankan Syari'ah. Dimana merupakan kajian ilmu yang berkaitan dengan manajemen pemasaran di perbankan syari'ah, khususnya dalam strategi pelayanan yang diberikan. Penulis meyakini dapat menyelesaikan skripsi ini karena literatur dan sumber sumber yang dibutuhkan dalam skripsi ini tersedia dipergustakaan ataupun sumber lainnya seperti jurnal, buku, artikel dan data yang diperlukan dari narasumber di Bank Syariah Mandiri yang menggunakan layanan *mobile banking*.

C. Latar Belakang Masalah

Strategi pengembangan perbankan syariah diarahkan untuk meningkatkan kompetisi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang

dilakukan secara komprehensif dengan mengacu pada analisis kelemahan dan kekuatan perbankan syariah di Indonesia saat ini.

Adapun yang telah sampai kepada industri perbankan, dan tidak terkecuali perbankan syariah adalah perkembangan teknologi dan telekomunikasi dan salah satu aktifitas perbankan yang memanfaatkan teknologi tersebut adalah aplikasi *E-Banking* atau *Internet Banking*. Yang mana secara sederhana bisa diartikan sebagai aktifitas perbankan di internet.⁹

Pada era informasi sekarang ini perilaku konsumen banyak berubah dalam melakukan transaksi, konsumen sangat mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, dan kesederhanaan. Perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat ini mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan dan kegiatan manusia.

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut dengan *fee based income*.¹⁰

Semakin ketatnya persaingan antar bank membuat bank berlomba lomba memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa

⁹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 193.

¹⁰ *Ibid*

yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah. Salah satu pelayanan yang diberikan bank syariah yaitu *Mobile Banking(M-Banking)*.

Untuk dapat maju dan berkembang dengan pesat masing-masing industri perbankan harus memiliki keunggulan antara lain dengan mengadopsi fasilitas teknologi informasi dan memberikan layanan yang baik. Layanan yang baik tersebut dilakukan dengan tujuan agar semakin banyak konsumen (nasabah) yang tertarik untuk menggunakan jasa perusahaan. Layanan yang baik akan membentuk sikap positif nasabah terhadap perusahaan dan niat untuk tetap menggunakan layanan jasa perbankan yang bersangkutan.

Mobile banking merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

Mobile banking bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam *mobile banking* antara lain untuk mengirim uang (*transfer*) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil,

motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya.¹¹

Dalam *mobile banking* adanya pemisahan secara fisik antara bank dan nasabahnya dan tidak ada interaksi fisik antara nasabah dengan karyawan bank menyebabkan situasi yang unik, sehingga kepercayaan dari nasabah adalah hal yang terpenting bagi bank.¹² Transaksi dalam perbankan syariah tidak diperbolehkan mengandung unsur riba, sebagaimana firman Allah menjelaskan tentang larangan riba dalam Al-Qur'an surat Al-Imran ayat 130 sebagai berikut:¹³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan(QS: Al-Imran: 130).*

Berdasarkan ayat di atas menjelaskan bahwa ketika kita melakukan transaksi apapun, Allah telah melarang kita untuk memakan riba, tidak terkecuali di dalam transaksi dunia perbankan, termasuk di dalamnya yaitu transaksi melalui *mobile banking*. Riba sendiri dalam perbankan konvensional disebut dengan bunga, yaitu besarnya persentase yang diberikan bank kepada nasabahnya.

Mobile banking menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan dari menyediakan layanan *mobile banking* bagi bank adalah dapat menghemat biaya percetakan formulir yang harus diisi nasabah

¹¹ *Ibid.*

¹² Mahmudatus Sa'diyah & Nur Aziroh, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus", Volume 1, No. 1, Juni 2013, h. 120.

¹³ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), h. 66.

untuk melakukan transaksi, brosur, katalog, dan menggantinya dengan data elektronik. Bagi nasabah yang menggunakan *mobile banking* akan mendapatkan informasi dunia perbankan secara cepat, efektif, dan efisien, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan setiap transaksi.

Bank juga memberikan keamanan dan privasi terhadap data nasabah dari tindak kejahatan orang-orang yang tidak bertanggung jawab. *Mobile banking* dapat digunakan dalam beberapa jaringan provider seperti indosat, telkomsel, three, dan jaringan lainnya kecuali smartfren dan axis. *Mobile banking* adalah sebuah layanan perbankan yang dapat diakses oleh nasabah melalui telepon seluler (*handphone*) dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di SIM (*Subscriber Identity Module*) Card,¹⁴

Manfaat dari menggunakan layanan *mobile banking* yaitu ,membuat pekerjaan menjadi lebih mudah, dapat menambah pengetahuan seseorang, mempercepat waktu penggunaan, dan dapat memperngaruhi tingkat kinerja seseorang.¹⁵

Nasabah menggunakan layanan *mobile banking* karena dapat mempercepat waktu kerja dalam melakukan transaksi. Meskipun *mobile banking* bermanfaat untuk nasabah perbankan namun, disisi lain *mobile banking* memiliki sisi negatif yang harus diwaspadai penggunaanya salah satunya yaitu banyaknya tindakan kejahatan di dunia internet seperti pembobolan layanan perbankan secara online, pembajakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.¹⁶ *Mobile Banking* juga menyediakan beberapa layanan didalam aplikasinya seperti, informasi

¹⁴ Yandi Wibowo, *Op. Cit.*

¹⁵ Davis, *Op. Cit.*, h. 320.

¹⁶ Wiji Nur Astuti, *Op. Cit.*, h. 115.

rekening (cek saldo, transfer), pembayaran *online* (PLN, telkom, akademik, Tiket, asuransi), pembelian (voucher HP, voucher PLN), layanan BSM call, jadwal shalat.¹⁷

Termasuk didalamnya yaitu nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya. Lokasi BSM Bandar Jaya terletak di Komp. Pertokoan Central Niaga Bandar Jaya No. 1-3, Jln. Proklamator Raya, Yukum Jaya, Lampung Tengah. *Mobile Banking* di BSM Bandar Jaya mulai aktif sejak periode Januari 2017, dan data yang saya ambil dalam penelitian ini yaitu data terbaru terhitung sejak Januari-Juni 2018. Berikut tabel pengguna *Mobile Banking* dari bulan Januari – Juni 2018 :

Tabel 1.1 Data Nasabah Pengguna *Mobile Banking* BSM Bandar Jaya 2018

No	Bulan	Jumlah Pengguna
1	Januari	56 orang
2	Februari	45 orang
3	Maret	70 orang
4	April	61 orang
5	Mei	78 orang
6	Juni	54 orang
Jumlah		364 orang

Sumber: Dokumen Bulanan BSM Bandar Jaya Tahun 2018

Dari data di atas terlihat naik turun nya jumlah pengguna selama periode Januari-Juni 2018, dan masalah dari informasi yang di dapat adalah sering terjadinya gangguan sistem layanan, dimana saat nasabah melakukan transaksi

¹⁷ Ibid.

sering gagal tetapi saldo nasabah terpotong (terdebet).¹⁸ Hal tersebut membuat nasabah bimbang atau bahkan tidak lagi menggunakan *mobile banking* karena akan merepotkan ketika akan mengurus hal tersebut.

Hal semacam ini berdampak kepada nasabah yang baru menggunakan layanan *mobile banking*, nasabah lebih memilih melakukan transaksi melalui ATM atau datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi. Karena nasabah akan aman ketika melakukan transaksi secara tunai ke bank, nasabah juga tidak perlu khawatir uangnya akan terdebet ketika melakukan transaksi karena nasabah melakukan transaksi langsung ke meja teller.

Namun hal tersebut tidak membuat nasabah lain yang membutuhkan *mobile banking* untuk tidak menggunakan aplikasi yang sudah disediakan bank. Mereka tetap menggunakan *mobile banking* karena transaksi yang mereka lakukan membutuhkan waktu yang cepat untuk keperluan bisnis dan lain sebagainya.

Berdasarkan latar belakang di atas yang telah dijelaskan, penelitian ini dilakukan untuk mempengaruhi faktor apa sajakah yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Oleh karena itu penulis mengambil judul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*”.

¹⁸ Santi Habsari, wawancara Dengan Penulis, Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, Lampung, 31 Mei 2018.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas di atas, maka dapat dirumuskan pokok rumusan masalah, yang menarik untuk dikaji dan dianalisis, antara lain :

1. Bagaimana pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*?
3. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*?
4. Bagaimana kualitas pelayanan menurut perspektif Islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas penelitian mengenai pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana pengaruh manfaat *mobile banking* terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSM Bandar Jaya.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSM Bandar Jaya.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSM Bandar Jaya.
4. Mengetahui bagaimana layanan *mobile banking* menurut perspektif Islam.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pembaca

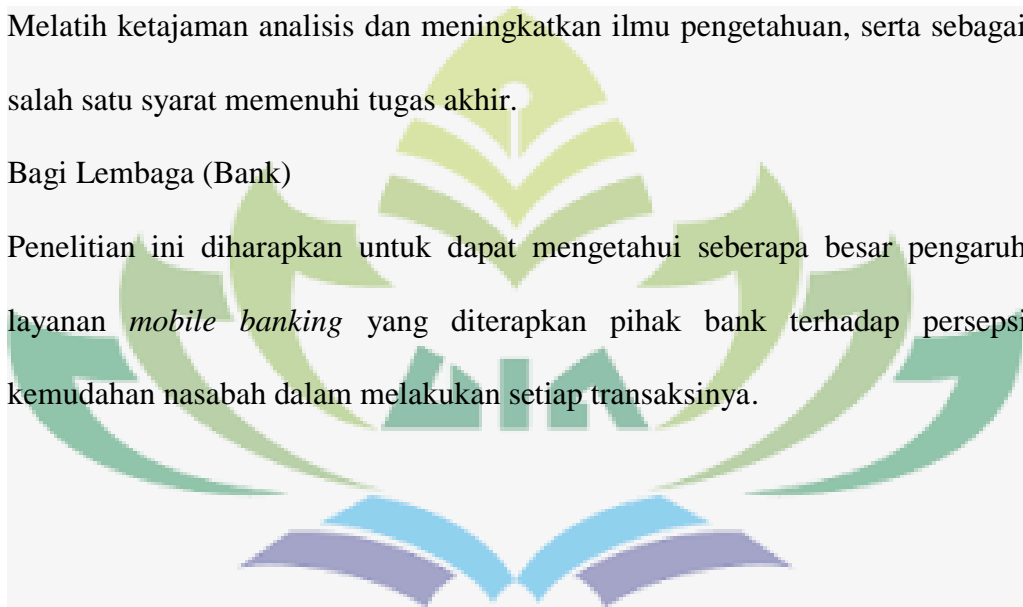
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan atau bermanfaat bagi para pembaca yang ingin mengetahui lebih dalam tentang layanan *mobile banking* dan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian yang sama.

2. Bagi Penulis

Melatih ketajaman analisis dan meningkatkan ilmu pengetahuan, serta sebagai salah satu syarat memenuhi tugas akhir.

3. Bagi Lembaga (Bank)

Penelitian ini diharapkan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh layanan *mobile banking* yang diterapkan pihak bank terhadap persepsi kemudahan nasabah dalam melakukan setiap transaksinya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah

Berdasarkan pasal 1 undang-undang nomor 21 tahun 2008, disebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank terdiri atas dua jenis, yaitu bank konvensional dan bank syariah.

Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.¹⁹

BUS adalah bank syariah yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS adalah bank syariah yang menjalankan kegiatan usahanya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja dari kantor cabang dari satu bank yang

¹⁹ Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori Dan Praktik Kontemporer* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), h.48.

berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu unit syariah.

Berdasarkan pasal 2 UU nomor 21 tahun 2008, disebutkan bahwa perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Selanjutnya, terkait dengan tujuan bank syariah, pada pasal 3 dinyatakan bahwa perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kebersamaan rakyat.²⁰

Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok perbankan, sedangkan kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya hanyalah merupakan pendukung dari kedua kegiatan tersebut.²¹ Bagi perbankan yang berdasarkan prinsip konvensional, keuntungan utama diperoleh dari selisih bunga simpanan yang diberikan kepada penyalir dengan bunga pinjaman atau kredit yang disalurkan. Keuntungan bunga ini di bank dikenal dengan istilah *spread based*. Jika suatu bank mengalami suatu kerugian dari selisih bunga, dimana suku bunga simpanan lebih besar dari suku bunga kredit, istilah ini dikenal dengan nama *negative spread*.²²

²⁰ *Ibid.*

²¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h. 13.

²² *Ibid*, h. 14.

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah di Dunia

Sejarah perkembangan bank syariah modern tercatat di Pakistan dan Malaysia yaitu sekitar tahun 1940. Rintisan bank syariah lain yaitu dengan berdirinya Mit Ghamr Lokal Saving Bank pada tahun 1963 di Mesir oleh Dr. Ahmad el-Najar.

Permodalan bank dibantu oleh Raja Faisal dari Arab Saudi. Bank pedesaan yang beroperasi tanpa bunga dan sejalan dengan prinsip-prinsip syariah ini sangat populer dan pada mulanya tumbuh dengan baik.²³ Empat tahun kemudian Mit Ghamr Bank dapat membuka sembilan cabang dengan jumlah nasabah sekitar satu juta orang.

Namun pada tahun 1967, karena persoalan politik, bank ini ditutup pada pertengahan tahun 1967 bank ini diambil oleh National Bank of Egypt dan Central Bank of Egypt, sehingga beroperasi atas dasar bunga.²⁴

2. Sejarah Berdirinya Bank Syariah di Indonesia

Lahirnya bank syariah pertama di Indonesia yang merupakan hasil kerja tim perbankan MUI adalah dengan dibentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditandatangani tanggal 1 November 1991. Saat ini BMI telah memiliki puluhan cabang yang tersebar di beberapa kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Makassar, dan kota-kota lainnya.²⁵

Disamping Bank Muamalat Indonesia, saat ini juga telah lahir bank syariah milik pemerintah seperti Bank Syariah Mandiri (BSM). Kemudian berikutnya

²³ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Ekonisia, 2008), h.30.

²⁴ *Ibid*

²⁵ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), h.215.

berdiri bank syariah sebagai cabang bank konvensional yang sudah ada seperti Bank BNI, Bank IFI, Bank BPD Jabar, Bank BRI, Bank Niaga.²⁶

3. Dasar Hukum Perbankan

Bahwa sejalan dengan tujuan pembangunan nasional Indonesia untuk mencapai terciptanya masyarakat adil dan makmur berdasarkan demokrasi ekonomi, dikembangkan sistem ekonomi yang berdasarkan pada nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan, dan kemanfaatan yang sesuai dengan prinsip syariah. Kebutuhan masyarakat Indonesia akan jasa-jasa perbankan syariah semakin meningkat, bahwa perbankan syariah memiliki kekhususan dibandingkan dengan perbankan konvensional.²⁷

4. Tujuan Berdirinya Bank Syariah

Setelah di dalam perjalanan bank-bank yang telah ada (bank konvensional) dirasakan mengalami kegagalan menjalankan fungsi utamanya menjembatani antara pemilik modal atau kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana, maka dibentuklah bank syariah dengan tujuan yaitu sebagai berikut:²⁸

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi untuk bermuamalah secara islam, khususnya muamalah yang berhubungan dengan perbankan agar terhindar dari praktek riba.
- b. Untuk menciptakan suatu keadilan dibidang ekonomi, dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi.

²⁶ *Ibid*, h.216.

²⁷ Undang-Undang No.21 Tahun 2008.

²⁸ Warkum Sumitro, *Asas-Asas Keuangan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), h. 17.

- c. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat, dengan jalan membuka peluang usaha yang lebih besar terutama kepada kelompok miskin yang diarahkan untuk berwira usaha.
- d. Untuk membantu menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang.
- e. Untuk menjaga kestabilan ekonomi/ moneter pemerintah. Dengan aktivitas bank syariah yang diharapkan mampu menghindari inflasi akibat penerapan sistem bunga.
- f. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non-Islam (bank konvensional).

5. Ciri-Ciri Bank Syariah

Bank syariah sebagai bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah menurut ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadis memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan bank konvensional, yaitu sebagai berikut:²⁹

- a. Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu awal akad diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besarnya tidak kaku (tidak rigid) dan dapat dilakukan dengan kebebasan untuk tawar-menawar dalam batas wajar.
- b. Penggunaan persentase dalam hal pembayaran selalu dihindarkan, karena persentase bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir.

²⁹ *Ibid*, h. 19-22.

- c. Dalam kontrak pembiayaan proyek bank syariah tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang pasti (*fixed return*) yang ditetapkan dimuka, karena pada hakikatnya yang mengetahui tentang ruginya suatu proyek yang dibiayai hanyalah Allah semata.
- d. bank syariah tidak menerapkan jual beli atau sewa-menyewa dari mata uang yang sama, misalnya rupiah dengan rupiah atau dolar dengan dolar, yang dari transaksi itu dapat menghasilkan keuntungan.
- e. Adanya pos pendapatan berupa “Rekening Pendapatan Non Halal” sebagai hasil transaksi dengan bank konvensional yang tentunya menerapkan sistem bunga.
- f. Bank syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang ditugaskan mengawasi setiap operasional bank dari sudut syariahnya. Selain itu manajer dan pimpinan bank syariah yang diangkat harus menguasai dasar-dasar muamalah Islam.
- g. Produk bank syariah selalu menggunakan sebutan yang berasal dari bahasa Arab, misalnya *al-murabahah*, *al-ba’iu bithaman ajil*, *al-ijarah*, *al-ba’iu tahjiri*, *al-qardhul hasan* dan sebagainya.

6. Keistimewaan Bank Syariah

Bank syariah ebagai alternatif bagi bank-bank konvensional yang dianggap kurang berhasil di dalam mengembangkan misi utamanya, memiliki keistimewaan yang juga merupakan perbedaan jika dibandingkan dengan bank konvensional. Keistimewaan bank syariah yaitu sebagai berikut:³⁰

³⁰ *Ibid*, h. 23-25.

- a. Adanya kesamaan ikatan emosional yang kuat antara pemegang saham, pengelola bank, dan nasabahnya. Kuatnya ikatan emosional keagamaan ini akan menimbulkan akibat-akibat kebersamaan dalam menghadapi resiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil.
- b. Dalam bank syariah tersedia fasilitas kredit kebaikan (*al-Qardhul Hasan*) yang diberikan secara cuma-cuma. Nasabah hanya berkewajiban menanggung biaya materai, biaya notaris, dan biaya studi kelayakan.
- c. Keistimewaan lain bank syariah adalah dengan penerapan sistem bagi hasil berarti tidak membebani biaya diluar kemampuan nasabah dan akan terjamin adanya “keterbukaan”
- d. Adanya kenyataan bahwa dalam kehidupan ekonomi masyarakat modern cenderung menimbulkan pengeksploitasian kelompok kuat (kuat ekonomi plus politik) terhadap kelompok lemah.

7. Akad Bank Syariah

a. Akad Pola Titipan

Akad berpola titipan (*Wadi'ah*) ada dua macam, yaitu *wadi'ah yad amanah* dan *wadi'ah yad dhamanah*. Pada awalnya, *wadi'ah* muncul dalam bentuk *yad al-amanah* “tangan amanah”, kemudian dalam perkembangannya memunculkan *yad dhamanah* “tangan penanggung”, akad *wadi'ah yad dhamanah* ini akhirnya banyak digunakan dalam aplikasi perbankan syariah dalam produk pembiayaan.³¹

³¹ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), h. 41.

1) **Wadi'ah Yad Amanah** adalah titipan murni dari pihak penitip yang memiliki barang atau aset kepada pihak penyimpan yang diberi amanah atau kepercayaan, baik individu maupun badan hukum, tempat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, dan keutuhannya, serta dikembalikan kapan saja penyimpan menghendaki.

2) **Wadi'ah Dhamanah** yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang titipan. Hal ini berarti bahwa pihak penyimpan atau *custodian* adalah *trustee* yang sekaligus *guarantor* 'penjamin' keamanan barang/aset yang dititipkan. Ini juga berarti bahwa pihak penyimpan telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk mempergunakan barang/aset yang dititipkan tersebut untuk aktivitas perekonomian tertentu.³²

b. Akad Pola Pinjaman

Satu-satunya akad berbentuk pinjaman yang diterapkan dalam perbankan syariah adalah *Qardh* dan turunannya *Qardhul Hasan*. Karena bunga dilarang dalam Islam, maka pinjaman *Qardh* maupun *Qardhul Hasan* merupakan pinjaman tanpa bunga. Lebih khusus lagi, pinjaman *Qardhul Hasan* merupakan pinjaman kebajikan yang tidak bersifat komersial, tetapi bersifat sosial.³³

³² *Ibid*, h. 42.

³³ *Ibid*, h. 46.

1) Pinjaman *Qardh*

Qardh merupakan pinjaman kebajikan/lunak tanpa imbalan, biasanya untuk pembelian barang-barang *fungible* (yaitu barang yang dapat diperkirakan dan diganti sesuai berat, ukuran, dan jumlahnya).³⁴

c. Akad Pola Investasi

1) *Al-Mudharabah Muqayyadah*

Dalam mengimplikasikan *mudharabah*, penyimpan dana atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan pembiayaan *mudharabah* atau *ijarah*. Hasil usaha ini akan dibagikan berdasarkan *nisbah* yang disepakati. Dalam *mudharabah muqayyadah* modal bisa digunakan untuk usaha apa saja tanpa ada ikatan dengan bank

2) *Al-Mudharabah Mutlaqah*

Penerapan *mudharabah mutlaqah* dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis himpunan dana yaitu tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*. Dalam *mudharabah mutlaqah* usaha yang dijalankan harus sesuai dengan keinginan bank.³⁵

d. Akad Pola Jual Beli

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang. Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual beli dibedakan

³⁴ *Ibid*

³⁵ Heri Sudarsono, *Op. Cit*, h. 68.

berdasarkan bentuk pembayaran dan waktu penyerahan barang. Macam-macam akad jual beli dalam bank syariah yaitu sebagai berikut:³⁶

1) ***Bai'al-Murabahah*** adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak bank dan nasabah. Dalam *murabahah*, penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atas laba dalam jumlah tertentu.

2) ***Bai'as-Salam*** ialah akad pesanan barang yang disebutkan sifat-sifatnya, yang dalam majelis itu pemesan barang menyerahkan uang seharga barang pesanan yang barang tersebut menjadi tanggungan penerima pesanan.³⁷

3) ***Bai'al-Istishna*** menurut *jumhur* ulama fuqaha *istishna* merupakan suatu jenis khusus dari *bai'as-salam*. Dengan demikian, ketentuan akad *istishna* mengikuti ketentuan dan aturan dari akad *salam*. Produk *istishna* menyerupai produk *salam*, namun dalam *istishna* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran.³⁸

e. Akad Sewa-Menyewa (*Ijarah*)

Transaksi non bagi hasil selain yang berpola jual beli adalah transaksi yang berpola sewa atau *ijarah*. *Ijarah* biasa juga disebut sewa, jasa, atau imbalan, adalah akad yang dilakukan atas dasar suatu manfaat dengan imbalan jasa. *Ijarah* adalah istilah dalam Fikih Islam dan berarti

³⁶ *Ibid*, h.71.

³⁷ *Ibid*, h. 72.

³⁸ *Ibid*, h. 74.

memberikan sesuatu untuk disewakan. Adapun macam-macam *ijarah* yaitu sebagai berikut:³⁹

- 1) ***Ijarah*** dapat dipakai sebagai bentuk pembiayaan, pada mulanya bukan merupakan bentuk pembiayaan, tetapi merupakan aktivitas usaha seperti jual beli. Individu yang membutuhkan pembiayaan untuk membeli aset dapat mendatangi pemilik dana (dalam hal ini bank) untuk membiayai pembelian aset produktif. Pemilik dana kemudian membeli barang yang dimaksud dan menyewakannya kepada yang membutuhkan aset tersebut.
- 2) ***Ijarah Muntahiya Bittamlik*** adalah transaksi sewa dengan perjanjian untuk menjual atau menghibahkan objek sewa di akhir periode sehingga transaksi ini diakhiri dengan alih kepemilikan objek sewa.⁴⁰

f. Akad Pola Bagi Hasil

Produk pembiayaan bank syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil terdiri dari *al-musyarakah* dan *al-mudharabah*.

- 1) ***Al-Musyarakah*** adalah kerjasama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberi kontribusi dana dengan keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.
- 2) ***Al-Mudharabah*** adalah akad kerjasama suatu usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara

³⁹ Ascarya, *Op. Cit*, h. 100.

⁴⁰ *Ibid*, h. 103

mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian dari pengelola.⁴¹

g. Akad Pola Lainnya

Selain pola-pola yang telah dijelaskan sebelumnya, masih ada jenis akad yang biasa digunakan dalam perbankan syariah, yaitu sebagai berikut:⁴²

- 1) **Wakalah** adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak (muwakil) kepada pihak lain (wakil) dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Atas jasanya, maka penerima kekuasaan dapat meminta imbalan tertentu dari pemberi amanah.
- 2) **Kafalah (guaranty)** adalah jaminan, beban, atau tanggungan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung (*makful*).
- 3) **Hawalah** adalah pengalihan utang piutang dari orang yang berhutang/berpiutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya.
- 4) **Rahn (mortgage)** adalah pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak kepada pihak lain (bank) dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Atas jasanya, maka penerima kekuasaan dapat meminta imbalan tertentu dari pemberi amanah.
- 5) **Sharf** adalah jual beli suatu valuta dengan valuta lain.
- 6) **Ujr** adalah imbalan yang diberikan atau yang diminta atas suatu pekerjaan yang dilakukan. Akad *ujr* diaplikasikan dalam produk jasa

⁴¹ Heri Sudarsono, *Op. Cit*, h. 78.

⁴² Ascarya, *Op. Cit*, h.104-110.

keuangan bank syariah (*fee based services*) seperti untuk penggajian, penyewaan *safe deposit box*, penggunaan ATM, dan sebagainya.

B. Pelayanan

Menurut M. Nur Rianto Al-Arif dalam bukunya yang berjudul *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* menerangkan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu:⁴³

- a. **Core Service**, adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan yang merupakan produk utamanya. Misalnya perbankan produk utamanya adalah sebagai sarana penyimpanan dana masyarakat.
- b. **Facilitating Service**, adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan. *Facilitating Service* ini merupakan pelayanan tambahan tetapi sifatnya wajib. Sementara pelayanan tambahannya adalah adanya sistem bagi hasil yang diberikan kepada nasabah penabung.
- c. **Supporting Service**, adalah pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan yang diberikan oleh pihak “pesaingnya”. Misalnya fasilitas *mobile banking* dan *internet banking*.

⁴³ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 213.

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen mencakup pemahaman terhadap tindakan yang langsung yang dilakukan konsumen dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Hawkins menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dan proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen.⁴⁴

Sedangkan Loudon dan Bitta menjelaskan bahwa perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan dan kegiatan yang dilakukan konsumen secara fisik dalam pengevaluasian, perolehan penggunaan atau mendapatkan barang dan jasa. Jadi di dalam menganalisis perilaku konsumen tidak hanya menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan kegiatan saat pembelian, akan tetapi juga meliputi proses pengambilan keputusan yang menyertai pembelian.⁴⁵

2. Teori Perilaku Konsumen Menurut Islam

Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu untuk menciptakan *maslahah* menuju *falah* (kebahagiaan dunia dan akhirat). Dalam berkonsumsi pun tidak lepas dari perspektif tersebut. Motif berkonsumsi dalam islam pada dasarnya adalah *maslahah*. Teori konsumsi muncul karena adanya teori

⁴⁴ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 6.

⁴⁵ *Ibid*, h. 7.

permintaan akan barang dan jasa timbul karena adanya keinginan (*want*) dan kebutuhan oleh konsumen *riil* atau konsumen potensial.

Dalam Islam keinginan identik dengan sesuatu yang bersumber dari nafsu, sedangkan nafsu manusia memiliki dua kecenderungan yang baik dan kurang baik. Oleh karena itu teori permintaan yang terbentuk dari konsumsi dalam ekonomi islam didasari dengan adanya kebutuhan bukan keinginan.⁴⁶

Konsumsi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup, yaitu sandang, pangan, dan papan. Jika di pandang secara khusus, maka sering kali konsumsi hanya terbatas dengan makan dan minum. Namun, apabila cakupan konsumsi diperluas akan ditemukan konsep bahwa konsumsi merupakan segala aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan kepuasan atas penggunaan suatu produk sehingga mengurangi atau menghabiskan daya guna produk tersebut.

Seseorang dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya tidak semua hal yang dianggap butuh harus dibeli saat itu juga, karena kebutuhan itu sifatnya dinamis dan dipengaruhi oleh situasi dan kondisi. Ajaran islam dalam mengajarkan pola konsumsi dan penggunaannya secara wajar dan berimbang.

Allah berfirman dalam QS. Al-Isra Ayat 27 sebagai berikut:⁴⁷

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: *Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (QS: Al-Isra:27)*

⁴⁶ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 93.

⁴⁷ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), h. 284.

3. Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat tentang pemasarn adalah memenuhi kebutuhan manusia dengan cara yang menguntungkan.⁴⁸

American Marketing Association (AMA) menyatakan bahwa definisi pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukan potensial berfikir tentang cara-cara untuk mendapatkan respon yang diinginkan oleh pihak lain.⁴⁹

Didefinisikan secara luas, pemasaran adalah proses sosial manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan, inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan nilai lain. Dalam konteks bisnis lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai pelanggan yang menguntungkan. Karena itu didefinisikan pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap dari pelanggan sebagai imbalannya.⁵⁰

⁴⁸ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 5.

⁴⁹ *Ibid*

⁵⁰ Philip Kotler & Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 6.

4. Tujuan Pemasaran

Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha tertentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan manajemen sendiri. Demikian pula dalam kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Secara umum tujuan pemasaran bank adalah sebagai berikut :

- a. Memaksimumkan konsumsi dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b. Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- c. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan.
- d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.⁵¹

5. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Menurut Thorik G. Dan Utus H pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sekedar mengantarkan dan melayani. Servis berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaian pun akan mengenai *heartshare* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heartshare*

⁵¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 171.

yang tertanam, loyalitas konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak diragukan.⁵²

Dalam ibadah, hukum yang berlaku adalah bahwa semua dilarang, kecuali yang ada ketentuannya berdasarkan al-quran dan hadits. Sedangkan dalam urusan muamalat, semua diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya. Ini berarti ketika suatu transaksi muncul dimana belum dikenal sebelumnya dalam hukum Islam, transaksi tersebut dapat diterima kecuali terdapat implikasi dari dalil al-Quran dan al-Hadits yang melarangnya secara implisit maupun eksplisit. Jadi dalam bidang muamalat semua transaksi diperbolehkan kecuali yang diharamkan. Meskipun dalam kosa kata fiqh Islam tidak mengenal kata “bank”, namun sesungguhnya bukti-bukti sejarah menyatakan bahwa fungsi-fungsi perbankan modern telah dipraktekkan oleh umat muslim, bahkan sejak zaman nabi Muhammad SAW.⁵³

Perusahaan perbankan khususnya perbankan syariah haruslah selalu memperhatikan kepentingan nasabahnya. Karena bank adalah lembaga yang bergerak di bidang pelayanan jasa keuangan. Walaupun begitu, setiap berhubungan dengan nasabah atau calon nasabah bank harus memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad. Adapun yang harus diperhatikan dalam memberikan layanan atau memasarkan produk yang sesuai syariat Islam adalah:⁵⁴

⁵²Sofyan Bachmid, Konsep Kualitas Layanan dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Mahasiswa. <https://www.academia.edu>. Diunduh pada Selasa, 04 September 2018.

⁵³ Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisa Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.25.

⁵⁴ *Ibid*, h. 26.

- a. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak, jadi dalam memasarkan produk atau memberikan pelayanan tidak boleh ada unsur memaksa kepada nasabah atau calon nasabah.
- b. Setiap berhubungan dengan para nasabah atau calon nasabah harus menjelaskan tentang produk-produk secara detail tanpa menutup-nutupi hal

sebenarnya. Allah SWT berfirman dalam QS As-Syu'ara: 181-183:⁵⁵

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿ ١٨١ ﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿ ١٨٢ ﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿ ١٨٣ ﴾

Artinya: *Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi. (As-Syu'ara:181-183)*

- c. Kejujuran komunikasi, aspek kejujuran komunikasi didasarkan pada data dan fakta. Dalam al-Quran kejujuran diistilahkan dengan *amanah*, *ghoir al takdzib*, *shiddiq*, dan *al-haq*. Dengan dasar istilah-istilah tersebut, maka seseorang tidak akan berkomunikasi secara dusta.⁵⁶
- d. Berbuat adil yaitu dengan cara tidak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kemalangan orang. Allah SWT berfirman dalam QS An Nisa: 58:

⁵⁵ Al-Quran Dan Terjemahan, h. 374.

⁵⁶ Armawati Arbi, *Dakwah dan Komunikasi* (Jakarta:UIN Jakarta Press, 2003), cet 1.h.251.

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: *Sungguh Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaknya kamu menetapkan dengan adil. Sungguh Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh Allah Maha Mendengar, Maha Melihat. (QS An Nisa:58)*

- e. Kebersihan adalah dasar pokok dalam Islam, Islam dan kebersihan tidak dapat dipisahkan. Kebersihan meliputi segala sesuatu baik ucapan maupun perbuatan dan lain sebagainya.⁵⁷

C. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna *Mobile Banking*

1. *Mobile Banking*

Mobile banking adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

⁵⁷ Badi'u Rajab, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank DKI Syariah*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2008).

Mobile banking bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam *mobile banking* antara lain untuk mengirim uang (*transfer*) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya.⁵⁸

2. Manfaat

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.⁵⁹ Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi.

Beberapa indikator kemanfaatan penggunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu sebagai berikut:

- a. ***Makes job easier*** (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan menjadi lebih mudah.
- b. ***Increase productivity*** (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna.
- c. ***Enhance effectiveness*** (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Davis, "Preived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology", *Jurnal Management Information System* (Online) Vol. 13, No. 3, h. 320.

d. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya

Berdasarkan definisi tersebut diartikan bahwa manfaat dari penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja dan kinerja orang yang menggunakannya. Kemanfaatan dalam *mobile banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas pekerjaannya. Karenanya, tingkat kemanfaatan *mobile banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap sistem tersebut.

3. Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan.⁶⁰ Dalam hal penggunaan *mobile banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan. Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut:⁶¹

- a. Keandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.

⁶⁰ Dwi Mastia Harlan, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan E-Banking" (Skripsi, Akuntansi, Yogyakarta, 2014), h. 43.

⁶¹ Junai Al Fian, "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya", *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Vol. 5, No. 6, 2016, h. 4.

- b. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
- c. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya

4. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.⁶² Ada beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain yaitu teknologi informasi sangat mudah dipelajari, teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan penggunanya, keterampilan pengguna akan bertambah ketika menggunakan teknologi informasi, dan teknologi informasi sangat mudah dioperasikan.

Berdasarkan dengan firman Allah yang terdapat dalam QS Al-Insyirah ayat 5-6 yaitu sebagai berikut:⁶³

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ٦

Artinya: *Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah ayat 5-6)*

Dari ayat di atas Allah S.W.T mengatakan bahwa kesulitan yang diberikan dalam kehidupan pasti dibalikinya ada kemudahan. Dalam konteks kemudahan, ayat tersebut dapat dikaitkan dengan pengguna *mobile banking* bahwa

⁶² Davis, *Op. Cit.*, h. 318.

⁶³ Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015), h. 596.

kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seseorang baik dalam segi waktu maupun tenaga dalam menggunakan suatu sistem.

5. Minat

Minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan.⁶⁴ Terdapat beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut:⁶⁵

- a. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
- b. Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain
- c. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

6. Konsep *Mobile Banking*

Secara konseptual, *mobile banking* terdiri dari tiga inter-relasi, yakni *mobile accounting*, *mobile brokerage*, dan *mobile* jasa informasi keuangan. Jenis-jenis pelayanan termasuk dalam kategori *accounting* dan *brokerage* yang merupakan

⁶⁴ Dwi Mastia Harlan, *Op.Cit*, h. 42.

⁶⁵ Esthi Dwityanti, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri” (Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2008), h. 20.

transaksi dasar. Jasa non-transaksi dasar merupakan hal yang esensial bagi sebuah instansi adalah *mobile* jasa informasi keuangan yang memuat jenis-jenis informasi keuangan pihak instansi tersebut.⁶⁶

Transaksi *mobile banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, keuntungan yang diperoleh nasabah selain menghemat waktu, nasabah juga dapat mengontrol rekening mereka dan melakukan transaksi perbankan hanya dengan menggunakan ponsel. Jasa *mobile banking* memiliki produk seperti *sms banking*, *mobile phone* dan sebagainya.

Kelebihan *mobile banking* :

a. Bagi Nasabah

- 1) *Mobile banking* menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik.
- 2) Layanan *mobile banking* selain dapat menghemat biaya, juga dapat menghemat waktu.
- 3) Nasabah dapat mengakses bank dan jasa-jasanya kapanpun dan dimanapun.
- 4) Nasabah dapat mengetahui telah terjadi penarikan uang tanpa otoritasnya dan dapat memblokir ATM.

b. Bagi Bank

- 1) Layanan *mobile banking* juga bisa menjadi strategi kompetitif pihak bank untuk memberikan *valueadded* kepada nasabahnya.
- 2) Biaya pengurusan nasabah dapat berkurang.

⁶⁶ Longgar Bhilawa, “Analisis Penerimaan Mobile Banking (M-Banking) Dengan Pengalaman (Experience) Sebagai Variabel Eksternal Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)” (Skripsi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010), h. 12.

Kekurangan *mobile banking*:⁶⁷

- 1) Jenis OS *handphone*
- 2) Jenis kartu yang digunakan
- 3) Kecepatan data/jaringan wilayah
- 4) Limit transaksi dalam sehari
- 5) Tidak ada notifikasi (transfer, menerima transfer, iklan)
- 6) Aktifasi setiap bulan

7. Sikap Positif Penggunaan Pada Layanan *Mobile Banking*

Sikap terhadap perilaku merupakan perasaan positif atau negatif seseorang untuk melakukan perilaku tersebut. Sikap seseorang juga dapat dilihat dari kepercayaan seseorang untuk mau menggunakan sebuah sistem. Dalam menggunakan layanan *mobile banking* kepercayaan pengguna *mobile banking* dapat ditunjukkan melalui persepsi kegunaan maupun persepsi kemudahan penggunaan. Apabila sebuah teknologi sistem informasi dirasa menguntungkan bagi penggunanya, perasaan positif yang timbul juga semakin besar.

Dalam penelitian ini, perasaan positif pengguna *mobile banking* ditunjukkan oleh perasaan suka seseorang terhadap keuntungan yang diberikan *mobile banking*. Menurut Philip Kotler dan Keller sikap yaitu evaluasi dalam waktu lama tentang yang disukai atau tidak disukai oleh seseorang, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan terhadap objek atau ide. Sikap merupakan perasaan seseorang yang timbul saat melakukan suatu perilaku bisa berupa perasaan positif ataupun negatif. Sikap penggunaan dikonsepkan

⁶⁷ Santi Habsari, wawancara dengan penulis, Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, Lampung, 31 Mei 2018.

sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai akibat dari seseorang yang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya.⁶⁸

8. Online Banking

Menurut Pikkarainen mendefinisikan *online banking* sebagai sebuah portal internet yang memungkinkan nasabah untuk menggunakan berbagai layanan perbankan dari pembayaran tagihan hingga melakukan investasi. Mengenai *online banking* adalah aktifitas perbankan yang dapat dilakukan nasabah dimana saja, baik di rumah, tempat usaha, dan lokasi-lokasi lain yang bukan lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, *handphone*, dan telepon rumah. Layanan *online banking* terdiri dari beberapa tipe layanan, yaitu sebagai berikut:⁶⁹

a. Automatic Teller Machine (ATM)

Automatic Teller Machine adalah saluran *e-banking* paling populer yang kita kenal. Selain bertransaksi melalui mesin ATM, kartu ATM juga dapat digunakan untuk berbelanja di pusat perbelanjaan, berfungsi sebagai kartu debit. Bila dulu ATM dikenal sebagai mesin untuk mengambil uang, saat ini telah muncul ATM yang dapat menerima setoran uang, yang dikenal dengan *Cash Deposit Machine*.

b. Elektronik Banking (E-Banking)

Layanan *e-banking* merupakan layanan perbankan yang meliputi *internet banking*, *mobile banking*, *sms banking*, dan *phone banking*. Layanan

⁶⁸ Bastian Amanullah, *Op. Cit*, h. 19.

⁶⁹ *Ibid*, h. 18-19.

internet banking memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan media jaringan komputer yaitu internet.⁷⁰

Bank biasanya menyediakan *website* tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi tidak termasuk dalam kategori *internet banking*.

Mobile banking merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *handphone* dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *subscriber identity module card* (SIM Card) atau biasa dikenal dengan menu layanan data atau SIM toolkit.

Short message service banking (SMS banking) memiliki pengertian dan fungsi yang hampir sama dengan *mobile banking*, hanya saja *mobile banking* diakses dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di SIM card, sedangkan SMS banking menggunakan media sms *plain* (SMS manual) untuk mengakses layanan.⁷¹

c. *Mobile Banking*

Mobile banking adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

⁷⁰ Layanan *Elektronik Banking* (on-line), tersedia di: www.bi.go.id/id/peraturan/arsip-peraturan/Perbankan2004/se-6-18-04-dpnp (20 April 2018).

⁷¹ Layanan *Elektronik banking* (on-line), tersedia di: www.bi.go.id/id/peraturan/arsip-peraturan/Perbankan2004/se-6-18-04-dpnp (20 April 2018).

Mobile banking bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberi kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam *mobile banking* antara lain untuk mengirim uang (*transfer*) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya.⁷²

D. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang berkaitan dengan manfaat, kepercayaan, kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dan juga memiliki hasil penelitian yang beragam. Maka, penulis menarik beberapa penelitian tersebut antara lain:

1. Skripsi Imam Sugih Rahayu dengan judul “Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM)” dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* dengan kerangka *technology acceptance model* (TAM). Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan jenis penelitian kausalitas. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BSM cabang Yogyakarta yang

⁷² *Ibid.*

menggunakan *mobile banking* berjumlah 376 orang, metode pengumpulan menggunakan kuesioner yang telah diuji sebelumnya.⁷³

2. Skripsi Fifip Chopipah dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Klik BCA Terhadap Kepuasan Nasabah” penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh kualitas layanan *internet banking* klik BCA terhadap kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini penulis memakai kuesioner untuk memperoleh informasi dari responden, jumlah responden sebanyak 90 orang responden, teknik pengumpulan kuesioner menggunakan teknik *convenience sampling* dan alat uji yang digunakan yaitu regresi linier sederhana.

Hasil penelitian yang didapat adalah kualitas layanan *internet banking* klik BCA dari dimensi *efficiency*, *fulfillment*, *reliability*, dan *privacy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁷⁴

3. Skripsi Jumaini dengan judul “Sistem Layanan *Mobile Banking* dalam Menarik Nasabah” penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Syariah Mandiri Pekanbaru. Metode dalam penelitian ini adalah induktif, deduktif dan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah staff karyawan bagian pemasaran PT. Bank Syariah Mandiri kota Pekanbaru berjumlah 16 orang dan seluruh nasabah yang menggunakan *mobile banking* sampai bulan desember

⁷³ Imam Sugih Rahayu, “Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model” (Skripsi, Perbankan Syariah, Yogyakarta, 2015), h. 1.

⁷⁴ Fifip Chopipah, “Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Klik BCA Terhadap Kepuasan Nasabah” (Skripsi, Manajemen, Jakarta, 2013), h. Viii.

2010 sebanyak 202 orang nasabah, sampel dalam penelitian ini adalah 2 orang staff karyawan dan 20 orang nasabah yang diambil secara *purposive sampling*.⁷⁵

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang dikutip, penelitian ini lebih menyerupai dengan penelitian terdahulu yang ditulis oleh Jumaini dengan judul “Sistem Layanan *Mobile Banking* Dalam Menarik Nasabah” dimana dalam penelitian Jumaini membahas sistem layanan untuk menarik minat. Sedangkan dalam penelitian ini lebih menjelaskan tentang variabel untuk menarik minat nasabah. Seperti variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

E. Kerangka Pemikiran

Semakin ketatnya persaingan antar bank membuat bank berlomba lomba memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Salah satu fasilitasnya yaitu bank menyediakan layanan *mobile banking*.

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Semakin besar manfaat suatu teknologi, maka semakin besar pula mempengaruhi minat seseorang menggunakannya.

Dapat dikatakan bahwa semakin besar manfaat layanan *mobile banking* maka semakin besar pula minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* tersebut. Hal tersebut menandakan bahwa manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini

⁷⁵ Jumaini, “Sistem Layanan *Mobile Banking* Dalam Menarik Nasabah”(Skripsi, Ekonomi Islam, Riau, 2012), h. 3.

didukung dari penelitian Bastian Amanullah yang menyatakan bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap sikap positif menggunakan layanan *mobile banking*

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan.

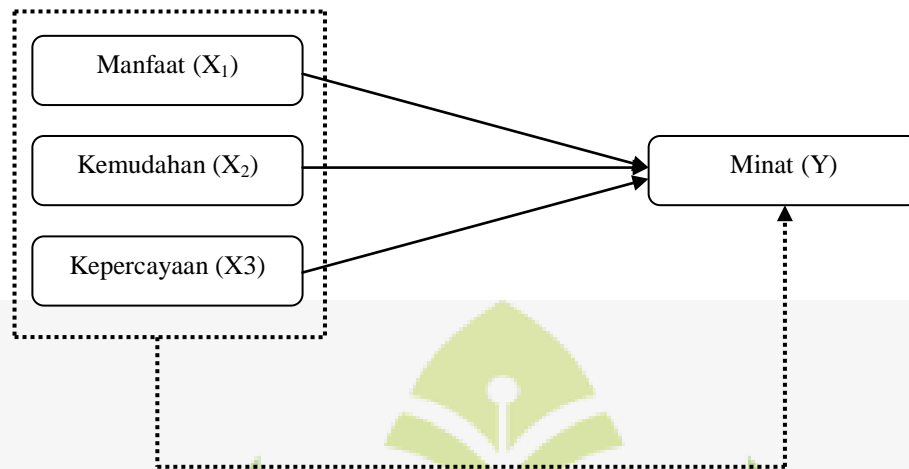
Dapat dikatakan bahwa, semakin besar kepercayaan dalam menggunakan suatu teknologi maka semakin besar pula minat seseorang menggunakan teknologi tersebut, termasuk teknologi *mobile banking*. Hal tersebut menandakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini didukung dari penelitian Dwi Mastia Harlan yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-banking*.

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.

Dapat dikatakan bahwa jika suatu teknologi memberikan kemudahan bagi penggunanya maka semakin besar pula minat nasabah menggunakan teknologi tersebut, termasuk teknologi *mobile banking*. Hal tersebut menandakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Hal ini didukung dari penelitian Aldhisa Amanda Sebayang yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka kerangka pemikiran dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- : Uji Parsial
 : Uji Simultan

F. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik.⁷⁶ Berdasarkan kerangka teori dan tinjauan pustaka, maka hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 64.

1. Pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Seseorang menggunakan *mobile banking* apabila orang tersebut percaya bahwa *mobile banking* dapat memberikan manfaat terhadap pekerjaannya dan pencapaian prestasi kerjanya. Seseorang mempercayai dan merasakan bahwa penggunaan teknologi memberikan manfaat dan mempertinggi prestasi kerja.⁷⁷ Semakin besar manfaat penggunaan suatu teknologi, maka semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut, termasuk teknologi *mobile banking*. hal tersebut menunjukkan bahwa antara manfaat dan minat memiliki pengaruh positif.

Menurut penelitian Bastian Amanullah dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan *Mobile Banking*” Bastian Amanullah menyatakan dalam penelitiannya bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.⁷⁸

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut :

H₀ : Manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.

H₁ : Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.

⁷⁷ Syamsul Hadi Novi, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Layanan Mobile Banking*”, Universitas Islam Indonesia, h. 58.

⁷⁸ Bastian Amanullah, *Op. Cit.*

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*.

Kepercayaan dalam konteks penggunaan sistem informasi berbasis teknologi menggambarkan suatu keyakinan bahwa keberadaan sistem informasi tersebut mampu memenuhi kebutuhan.⁷⁹

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut :

H₀ : Kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.

H₂ : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*.

Kemudahan penggunaan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang untuk memudahkan penggunaan dan tidak menyulitkan. Kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem tersebut.⁸⁰ Menurut penelitian Tjayono dengan judul “Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan *Internet Banking*”. Tjayono menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap positif penggunaan *internet banking*.

⁷⁹ Dian Lestari, “*Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking*”, Universitas Brawijaya, h. 6-7.

⁸⁰ Syamsul Hadi Novi, *Op. Cit*, h. 57.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan yaitu sebagai berikut :

H_0 : Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.

H_3 : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan dalam kancah yang sebenarnya.⁸¹ hakikatnya penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lokasi penelitian. Adapun lokasi penelitian ini di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka baik yang secara langsung diambil dari hasil penelitian maupun data yang diolah dengan menggunakan analisis statistik.⁸²

2. Sifat Penelitian

Berdasarkan sifat penelitiannya, skripsi ini merupakan penelitian yang menggunakan metode pendekatan bersifat *asosiatif*, yaitu menanyakan pola hubungan antara dua variabel atau lebih.⁸³ Selain itu penulis juga menggunakan metode kepustakaan (*library research*) guna membantu melengkapi data dalam skripsi ini.

⁸¹ P.Joko Subagyo, *Metode Penulisan Dalam Teori Dan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h. 66.

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 12.

⁸³ Sugiyono, *Op. Cit*, h. 69.

B. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini akan menggunakan jenis data kuantitatif dengan sifat asosiatif. Data kuantitatif adalah data yang disajikan berupa angka-angka baik yang secara langsung diperoleh dari hasil penelitian maupun data kualitatif yang diolah menjadi kuantitatif. Data kuantitatif sendiri adalah serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian yang masih berbentuk fakta-fakta verbal atau hanya berupa keterangan saja. Data tersebut dapat menjadi kuantitatif setelah dilakukan pengelompokkan dan dinyatakan dalam satuan angka.⁸⁴

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan yang sumbernya dari responden, dan dari hasil wawancara dengan pihak yang bersangkutan.

b. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber bacaan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas seperti al-qur'an, buku-buku, jurnal, internet, dan lainnya.

C. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, maka digunakan beberapa metode yaitu:

⁸⁴ Muhammad Teguh, *Metodelogi Penulisan Ekonomi Dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 118.

1. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (nasabah) untuk dijawabnya.⁸⁵ Kuesioner ini berisi pernyataan atau pertanyaan dengan jawaban alternatif yang berkenaan dengan pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya. Dimana dari beberapa pertanyaan yang dimunculkan dalam kuesioner terdapat pertanyaan yang diambil dari penelitian terdahulu dan beberapa pertanyaan dibuat sendiri oleh penulis. Adapun skala yang dipakai adalah skala *ordinal*. Skala *ordinal* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial.⁸⁶ Skala ini menggunakan 5 skor yaitu sebagai berikut:⁸⁷

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Cukup Setuju (CS) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS)= 1

2. Wawancara, yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan maka dalam suatu topik

⁸⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 137.

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 132.

⁸⁷ *Ibid*, h. 133.

tertentu.⁸⁸ Dengan mengambil narasumber perwakilan dari staff Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸⁹ Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya yang menggunakan layanan *mobile banking* yaitu sebanyak 364 orang nasabah.⁹⁰

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili).⁹¹

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *incidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat

⁸⁸ *Ibid*, h. 410.

⁸⁹ *Ibid*, h. 115.

⁹⁰ Santi Habsari, wawancara dengan penulis, Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, Lampung, 31 Mei 2018.

⁹¹ *Ibid*, h. 116.

digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.⁹² Penentuan jumlah sampel dari populasi ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1+N(e)^2)}$$

$$n = \frac{364}{(1+364(10\%)^2)}$$

$$n = \frac{364}{(1+364(0,01))}$$

$$n = \frac{364}{(1+3,64)}$$

$$n = \frac{364}{4,64} = 78,44 \text{ dibulatkan menjadi } 78 \text{ orang}$$

E. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini pengaruh manfaat, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* adalah dimana pengaruh manfaat (X_1), kepercayaan (X_2), dan kemudahan penggunaan (X_3). Minat nasabah menggunakan *m-banking* (Y). Pengaruh variabel-variabel ini dapat dicari dengan meregresikan variabel-variabel bebas dengan variabel terikatnya. Variabel tersebut dikembangkan menjadi beberapa indikator, selanjutnya indikator tersebut dikembangkan menjadi beberapa item pernyataan dalam kuesioner dengan menggunakan skala *ordinal* dengan lima (5) pilihan jawaban yaitu, untuk pernyataan dalam pertanyaan pertama adalah Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (RG), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

⁹² *Ibid*, h. 122.

1. Variabel *Independen* (bebas)

a. Manfaat (X_1)

Manfaat adalah tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Daya guna yang diperoleh adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.

b. Kepercayaan (X_2)

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Indikator tersebut akan dikembangkan dengan beberapa pilihan pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala *diagonal*, dengan pilihan 5 jawaban yaitu, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (RR), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

c. Kemudahan Penggunaan (X_3)

Kemudahan penggunaan dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.

2. Variabel *Dependen* (terikat)

Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah minat nasabah menggunakan *m-banking* (Y), yang dimaksud dengan minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus

menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pertanyaan Kuesioner	Referensi	Skala
Manfaat (X_1)	Manfaat adalah tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Daya guna yang diperoleh adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.	1. Menjadi lebih mudah.	X_{1-1} Saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan mudah saat menggunakan layanan <i>m-banking</i> .	Davis, Pereived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology, Jurnal Management Information System (online) Vol. 12, No. 3, h. 320.	Ordinal
		2. Menambah pengetahuan .	X_{1-2} Saya merasa saat menggunakan layanan <i>m-banking</i> dapat menambah pengetahuan ketika melakukan transaksi.		
		3. Mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.	X_{1-3} Saya merasa saat menggunakan <i>m-banking</i> dapat mempercepat waktu dalam penelusuran informasi yang saya butuhkan di <i>m-banking</i> .		
		4. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang.	X_{1-4} Saya merasakan sistem layanan <i>m-banking</i> bermanfaat dalam pekerjaan saya		
Kepercayaan (X_2)	Kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang dipercaya. Sedangkan menurut kutipan Budi menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan penyedia jasa dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif.	1. Kehandalan (pelayanan yang dijanjikan).	X_{2-1} Saya merasa layanan dalam <i>m-banking</i> selalu akurat. X_{2-2} <i>Mobile banking</i> berkerja tanpa adanya gangguan.	Junai Al Fian, Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 5, No. 6, 2016, h. 4.	Ordinal
		2. Kepedulian (solusi yang diberikan perusahaan)	X_{2-3} Bank selalu memberi solusi yang tepat saat terjadi masalah dalam menggunakan <i>m-banking</i>		
		3. Kredibilitas (kejujuran perusahaan)	X_{2-4} Saya merasa aman ketika bertransaksi menggunakan layanan <i>m-banking</i>		

Kemudahan Penggunaan (X ₃)	Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat mudah dipelajari. 2. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna. 3. Menambah keterampilan bagi pengguna 4. Sangat mudah dioperasikan. 	<p>X₃₋₁ Saya dapat mempelajari layanan <i>m-banking</i> dengan mudah.</p> <p>X₃₋₂ Saya merasa layanan <i>m-banking</i> mudah digunakan oleh pengguna nya.</p> <p>X₃₋₃ Saya merasa keterampilan saya bertambah saat menggunakan <i>m-banking</i>.</p> <p>X₃₋₄ Saya merasa transaksi dalam layanan <i>m-banking</i> jelas dan mudah dioperasikan.</p>	Davis, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology, Jurnal Management Information System (online) Vol. 12, No. 3, h. 318.	Ordinal
Minat (Y)	Minat adalah bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pengguna mau menggunakan suatu produk. Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah digunakan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk. 2. Kecenderungan seseorang mereferensikan produk kepada orang lain. 3. Kecenderungan seseorang mencari informasi tentang suatu produk yang diminatinya. 	<p>Y₁₋₁ Saya tertarik untuk menggunakan layanan <i>m-banking</i> karena dapat memudahkan transaksi perbankan.</p> <p>Y₁₋₂ Saya sering menceritakan pengalaman menggunakan <i>m-banking</i> kepada orang lain.</p> <p>Y₁₋₃ Saya mencari informasi tentang <i>m-banking</i> melalui bank dan juga mengakses melalui internet.</p>	Esthi Dwityanti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri" (Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2008), h. 20.	Ordinal

F. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁹³ Pada tahapan analisis data diolah sedemikian rupa sehingga dapat disimpulkan kebenaran-kebenaran yang dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian.

1. Uji validitas dan reliabilitas instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁹⁴ Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 17 (*Statistical Package for Social Science*). Pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Hasil r_{hitung} kita bandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan sig 5% jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka dikatakan valid.⁹⁵

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen menggambarkan pada kemantapan alat ukur yang digunakan. Alat ukur dinyatakan reliabel yang tinggi atau dapat

⁹³ Lexy Moleong, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 12-13.

⁹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), h.52.

⁹⁵ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 108.

dipercaya, apabila alat ukur itu stabil, sehingga dapat diandalkan dan dapat digunakan dalam peramalan. Dalam perdagangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama.⁹⁶

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi-dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner, uji reliabilitas dapat dilakukan bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS 17* yang memberikan fasilitas untuk mengukur kereliabelan dengan uji statistik *cronbach alpha*, dengan kriteria bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *cronbach alpha* > 0,60 maka reliabilitas bisa diterima.⁹⁷

2. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variabel dan independent variabel keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.⁹⁸ Uji normalitas penelitian ini menggunakan alat tes *Kolmogorov-Smirnov* yang terdapat pada *SPSS 17* dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Pengambilan kesimpulan untuk membuktikan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidaknya adalah dengan

⁹⁶ Nasution, *Metode Research* (Penelitian Ilmiah), (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 77.

⁹⁷ *Ibid.*

⁹⁸ Ridwan Sunarto, *Pengantar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 160-170.

nilai signifikannya, jika signifikan $> 0,05$, maka variabel berdistribusi normal, dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$, maka variabel tidak berdistribusi normal.⁹⁹

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar perubah bebas. Multikolinearitas adalah keadaan jika suatu variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas yang lainnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem multikolinearitas.¹⁰⁰ Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas ada 2 cara yaitu melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang di uji. Sebaliknya jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka artinya terjadi multikolinearitas. Dan jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF $> 10,00$ maka terjadi multikolinearitas.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dapat dikatakan sebagai

⁹⁹ Wiratna Sujarweni, *Op. Cit*, h. 225.

¹⁰⁰ Imam Ghazali, *Op. Cit*, h. 225.

jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik.¹⁰¹

a. Analisis linier berganda

Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi berganda. Dalam analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, untuk mengolah dan membahas data yang diperoleh. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, karena peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi.¹⁰² Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah :¹⁰³

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = variabel Y, yaitu minat nasabah menggunakan *mobile banking*

A = konstanta

b_1 - b_3 = koefisien regresi

X_1 = manfaat

X_2 = kepercayaan

X_3 = kemudahan penggunaan

e = standar error

¹⁰¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 64.

¹⁰² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Op. Cit, h. 277.

¹⁰³ *Ibid*, h. 289.

b. Uji simultan (uji F)

Digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis dan mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independen*) secara bersama terhadap variabel terikat (*dependen*). Uji dilakukan dengan langkah membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} .

Dasar pengambilan dalam uji ini ada 2 cara yaitu jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji parsial (uji t)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata $\alpha = 5\%$

Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dan dependen dalam suatu persamaan regresi.¹⁰⁴ Dalam R^2 akan berkisar 0 sampai 1, apabila nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi atau variabel bebas baik X_1 maupun X_2 mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total variasi yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik X_1 X_2 maupun X_3 .

Model koefisien determinasi memiliki kelemahan yakni bias terhadap jumlah variabel *independen* yang dimasukkan kedalam model.¹⁰⁵ Dalam penelitian ini menggunakan nilai dari *Adjusted* R^2 untuk mengevaluasi mana model regresi terbaik.

¹⁰⁴ Purwanto SK, dan Suharyadi, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), h. 525.

¹⁰⁵ Imam Ghazali, *Op. Cit*, h.97.

BAB IV

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Profil Obyek Penelitian

a. Sejarah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya. Kehadiran BSM sejak tahun 1999 sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997-1998. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang di dominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestruktulisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.¹⁰⁶

Salah satu bank konvensional, PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT. Bank Lembaga Negara, dan PT. Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan pemerintah melakukan 4 penggabungan (*merger*) yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo menjadi satu

¹⁰⁶ Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya Pada 30 November 2018.

bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero) pada 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas baru BSB. Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk tim pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan Perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU. No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*Dual Banking Syariah*).¹⁰⁷

Tim pengembangan perbankan syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti (BSB) menjadi Bank Syariah. Dengan melakukan penggabungan (*merger*) dengan beberapa bank dan mendatangkan investor asing. Oleh karenanya, tim pengembangan perbankan syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam akta notaris Sutjipto, S.H. No.23 tanggal 8 September 1999.¹⁰⁸

PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil, dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya. PT. Bank Syariah Mandiri kini memiliki 669 outlet

¹⁰⁷ Ibid.

¹⁰⁸ Wawancara dengan Ibu Niken Tri Arwulan, General Suporting Staff, Pada 30 November 2018.

terdiri dari 125 kantor cabang, 406 kantor cabang pembantu (KCP), 38 kantor kas, 15 konter layanan syariah, dan 85 payment point. BSM dilengkapi layanan berbasis e-channel seperti BSM *Mobile Banking* GPRS, dan BSM Net Banking serta fasilitas ATM yang terkoneksi dengan bank induk. Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya sendiri adalah kantor cabang yang terletak di Lampung Tengah yang beralamat di Komp. Pertokoan Central Niaga Bandar Jaya No. 1-3, Jl. Proklamator Raya, Yukum Jaya, Lampung Tengah, Lampung. BSM KC Bandar Jaya berdiri sejak tahun 2008 sampai saat ini masih menunjukkan eksistensinya sebagai salah satu lembaga keuangan berbasis syariah.¹⁰⁹

b. Visi, Misi, dan Tata Nilai PT Bank Syariah Mandiri

Visi dari PT. Bank Syariah Mandiri adalah bank Syariah terdepan dan modern (*The Leading an Modern Sharia Banking*).

Adapun misi PT. Bank Syariah Mandiri yaitu sebagai berikut:

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi, yang melampaui harapan nasabah
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah secara universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.

¹⁰⁹ Dokumentasi, Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, Pada 30 November 2018.

- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

Sedangkan tata nilai PT. Bank Syariah Mandiri untuk mewujudkan visi dan misi Bank Syariah Mandiri insan-insan BSM perlu menerapkan nilai-nilai yang disebut dengan BSM *Shared Value* yang terdiri dari ETHIC (*Excellence, Teamwork, Humanity, Integrity* dan *Customer Focus*).¹¹⁰

2. Produk-Produk PT. Bank Syariah Mandiri

PT. Bank Syariah Mandiri merupakan bank Syariah yang memiliki beragam produk untuk memfasilitasi masyarakat terhadap kebutuhan keuangannya. Adapun produk-produk bank Syariah Mandiri yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat yaitu sebagai berikut:¹¹¹

- a. Tabungan : BSM tabungan berencana, BSM tabungan simpatik, BSM tabungan investa cendikia, BSM tabungan Dollar, BSM tabungan pensiun, BSM tabunganku, BSM tabungan saham Syariah.
- b. Giro : BSM giro, BSM giro valas, BSM giro Singapore Dollar, BSM giro Euro.
- c. Deposito : BSM deposito, BSM deposito valas
- d. Jasa Produk : BSM *card*, BSM sentra bayar, BSM SMS banking, BSM *mobile banking*, BSM *net banking*, BSM jual beli valas, BSM *electronic payroll*, transfer uang tunai, BSM *E-Money*, BSM transfer lintas negara *western union*, BSM kliring, BSM inkaso, BSM RTGS, BSM transfer valas,

¹¹⁰*Ibid.*

¹¹¹ Bank Syariah Mandiri, tersedia di: www.syariahamandiri.co.id, diakses pada: 2 Juli 2018.

BSM pajak *online*, BSM referensi bank, BSM standing order, BSM *payment point*.

B. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden diambil dari beberapa karakteristik responden seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir dan penghasilan per bulan dari masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Jawaban Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	%
Jenis Kelamin	Pria	25	32,05%
	Wanita	53	67,95%
	Total	78	100%
Usia	< 20 tahun	8	10,25%
	21-30 tahun	42	53,85%
	31-40 tahun	13	16,66%
	>40 tahun	15	19,23%
	Total	78	100%
Pekerjaan	Mahasiswa	18	23,08%
	Pegawai Negeri	12	15,38%
	Karyawan	20	25,64%
	Pedagang	13	16,67%
	Wiraswasta	10	12,82%
	Ibu Rumah Tangga	5	6,41%
	Total	78	100%
Pendidikan Terakhir	SD	5	6,41%
	SMP	12	15,39%
	SMA	22	28,20%
	D3	11	14,10%
	S1	28	35,90%
	Total	78	100%
Penghasilan Per Bulan	500.000 - 1.000.000	23	29,49%
	1.100.000 – 2.000.000	13	16,67%
	2.100.000 – 3.000.000	22	28,20%
	>3.000.000	20	25,64%
	Total	78	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya yang diambil sebagai sampel responden. Jenis kelamin yang paling banyak yaitu wanita yang berjumlah 53 orang atau sebesar 67,95% dan pria berjumlah 25 orang atau sebesar 32,05%. Dari keterangan data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah wanita.

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun berjumlah 8 orang atau sebesar 10,25%, usia 21-30 tahun berjumlah 42 orang atau sebesar 53,85%, usia 31-40 tahun berjumlah 13 orang atau sebesar 16,66%, dan usia lebih dari 40 tahun berjumlah 15 orang atau sebesar 19,23%. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang diambil yaitu usia 21-30 tahun.

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pekerjaan nasabah yang diambil sebagai responden mayoritas memiliki pekerjaan sebagai karyawan yang berjumlah 20 orang atau sebesar 25,64%, pelajar/mahasiswa berjumlah 18 orang atau sebesar 23,08%, pegawai negeri berjumlah 12 orang atau sebesar 15,38%, pedagang berjumlah 13 orang atau sebesar 16,67%, wiraswasta berjumlah 10 orang atau sebesar 12,82%, dan ibu rumah tangga berjumlah 5 orang atau sebesar 6,41%.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir nasabah yang dijadikan responden dalam penelitian ini mayoritas memiliki pendidikan S1 yaitu berjumlah 28 orang atau sebesar 35,90%, SD berjumlah 5

orang atau sebesar 6,41%, SMP berjumlah 12 orang atau sebesar 15,39%, SMA berjumlah 22 orang atau sebesar 28,20%, dan D3 berjumlah 11 orang atau sebesar 14,10%.

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat diketahui bahwa penghasilan nasabah yang dijadikan responden dalam penelitian ini mayoritas memiliki penghasilan paling banyak yaitu Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 berjumlah 23 orang atau sebesar 29,49%, Rp. 1.100.000 – Rp. 2.000.000 berjumlah 13 orang atau sebesar 16,67%, Rp. 2.100.000 – Rp. 3.000.000 berjumlah 22 orang atau sebesar 28,20%, dan penghasilan > Rp. 3.000.000 berjumlah 20 orang atau sebesar 25,64%.

C. Analisis Data.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹¹²

Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program *SPSS 17 (Statistical Package for Social Science)*. Pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Hasil r_{hitung} kita bandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan sig 5% jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka dikatakan valid.¹¹³ Untuk menentukan suatu item pertanyaan itu valid atau tidak yang harus dilakukan

¹¹² Imam Ghazali, *Op. Cit*, h.52.

¹¹³ Wiratna Sujarweni, *Op. Cit*, h. 108.

adalah membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dimana taraf signifikan yang digunakan adalah 0,05 atau 5% dengan jumlah responden atau $n=78$, sehingga r_{tabel} dalam penelitian ini adalah : $r(0,05;78-2)=0,222$

Untuk mengetahui valid atau tidak suatu item pertanyaan kuesioner, maka yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah melakukan perhitungan statistik dengan menggunakan aplikasi *SPSS 17*. Adapun hasil output *SPSS* perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Kesimpulan
Manfaat (X_1)	Item 1	0,622	0,222	Valid
	Item 2	0,655	0,222	Valid
	Item 3	0,712	0,222	Valid
	Item 4	0,448	0,222	Valid
Kepercayaan (X_2)	Item 1	0,489	0,222	Valid
	Item 2	0,715	0,222	Valid
	Item 3	0,764	0,222	Valid
	Item 4	0,428	0,222	Valid
Kemudahan (X_3)	Item 1	0,514	0,222	Valid
	Item 2	0,544	0,222	Valid
	Item 3	0,566	0,222	Valid
	Item 4	0,435	0,222	Valid
Minat (Y)	Item 1	0,785	0,222	Valid
	Item 2	0,819	0,222	Valid
	Item 3	0,717	0,222	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2018.

Berdasarkan data pada tabel 4.2 uji validitas di atas, secara bersama-sama dari seluruh item pertanyaan dapat dinyatakan valid, karena memiliki nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,222.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen menggambarkan pada kemantapan alat ukur yang digunakan. Alat ukur dinyatakan reliabel yang tinggi atau dapat

dipercaya, apabila alat ukur itu stabil, sehingga dapat diandalkan dan dapat digunakan dalam peramalan. Dalam perdagangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama.¹¹⁴

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS 17* yang memberikan fasilitas untuk mengukur kereliabelan dengan uji statistik *cronbach alpha*, dengan kriteria bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *cronbach alpha* > 0,60 maka reliabilitas bisa diterima.¹¹⁵

Hasil pengujian reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu aplikasi statistik *SPSS 17*. Adapun hasil output perhitungan *SPSS* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
Manfaat (X₁)	4 item	0,725	Reliabel
Kepercayaan(X₂)	4 item	0,720	Reliabel
Kemudahan (X₃)	4 item	0,638	Reliabel
Minat Nasabah(Y)	3 item	0,814	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan hasil uji data pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa hasil seluruh variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X₁, X₂, X₃, dan Y dinyatakan reliabel.

¹¹⁴ Nasution, *Op. Cit*, h. 77.

¹¹⁵ *Ibid.*

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variabel dan independent variabel keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.¹¹⁶ Uji normalitas penelitian ini menggunakan alat tes *Kolmogrov-Smirnov* yang terdapat pada *SPSS 17* dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Jika signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal dan sebaliknya, jika signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas

Sampel	<i>Kolmogrov-Smirnov Z</i>	Signifikansi	Keterangan
78	0,905	0,386	Normal

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan hasil uji data pada tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa nilai *kolmogrov-smirnov z* yaitu sebesar 0,905 dan nilai signifikansi sebesar 0,386. Untuk mengetahui data tersebut normal atau tidak dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu sebesar $0,386 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar perubah bebas. Multikolinearitas adalah keadaan jika suatu variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas yang lainnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem

¹¹⁶ Ridwan Sunarto, *Op. Cit*, h. 160-170.

multikolinearitas.¹¹⁷ Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas ada 2 cara yaitu melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data yang di uji. Sebaliknya jika nilai *tolerance* $> 0,10$ maka artinya terjadi multikolinearitas. Dan jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF $> 10,00$ maka terjadi multikolinearitas.:

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel X	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF	Keterangan
Manfaat (X_1)	0,704	1,420	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan (X_2)	0,588	1,700	Tidak terjadi multikolinearitas
Kemudahan (X_3)	0,682	1,467	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan hasil uji data pada tabel 4.5 di atas dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas, karena seluruh variabel memiliki nilai VIF $< 10,00$.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Linier Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, karena peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel

¹¹⁷ Imam Ghazali, *Op. Cit*, h. 225.

dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi.¹¹⁸

Dalam penelitian ini diketahui bahwa $n = 78$ pada tingkat signifikan sebesar 5% dengan menggunakan uji 2 sisi diperoleh nilai $t_{\text{tabel}} (78-4 = 74 ; 0,050)$ sebesar 1,99254, sedangkan t_{hitung} dari variabel X_1 (Manfaat), X_2 (Kepercayaan), dan X_3 (Kemudahan Penggunaan) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	Prediksi	Koefisien	t_{hitung}	Signifikansi	Keterangan
Manfaat (X_1)	+	0,595	7,513	0,000	H_1 diterima
Kepercayaan (X_2)	-	-0,167	-1,590	0,116	H_2 ditolak
Kemudahan (X_3)	+	0,343	3,342	0,000	H_3 diterima
$F_{\text{hitung}} = 32,161$					
Signifikansi = 0,000					
$Adjusted R^2 = 0,548$					
R Square = 0,566					
Konstanta = -0,496					

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan di atas adalah sebagai berikut: $Y = -0,496 + 0,595 X_1 - 0,167 X_2 + 0,343 X_3 + e$

b. Uji Simultan (Uji F)

Digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis dan mengetahui sejauh mana variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*independen*) secara bersama terhadap variabel terikat (*dependen*). Uji dilakukan dengan langkah membandingkan nilai F_{hitung} dengan f_{tabel} .

¹¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Op. Cit, h. 277.

Dasar pengambilan dalam uji ini ada 2 cara yaitu jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan pada kolom F di atas nilai F_{hitung} sebesar 32,161 sedangkan F_{tabel} diperoleh dari df 1 (k-1) atau $4-1=3$ dan df 3 (n-k) atau $78-4 = 74$ dan menghasilkan nilai $F_{tabel} (3;74)$ sebesar 2,73. Nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ karena $32,161 > 2,73$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

c. Uji Parsial (Uji t)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata $\alpha = 5\%$

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi variabel *independen* (X) secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel *dependen* (Y).

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi variabel *independen* (X) secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel *dependen* (Y).

1) Variabel Manfaat (X_1)

Berdasarkan hasil perhitungan data di atas didapatkan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau sebesar $7,513 > 1,99254$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

2) Variabel Kepercayaan (X_2)

Berdasarkan hasil perhitungan data di atas didapatkan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau sebesar $-1,590 < 1,99254$ dan nilai signifikansi sebesar $0,116 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak yang artinya variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

3) Variabel Kemudahan Penggunaan (X_3)

Berdasarkan hasil perhitungan data di atas didapatkan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau sebesar $3,342 > 1,99254$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima yang artinya variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dan dependen dalam suatu persamaan regresi.¹¹⁹ Dalam R^2 akan berkisar 0 sampai 1, apabila nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi atau variabel bebas baik X_1 maupun X_2 mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total variasi yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik X_1 X_2 maupun X_3 .

Dalam analisis ini digunakan analisis linier berganda. Analisis linier berganda dimaksudkan untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak antara pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.20 di atas, besarnya koefisien determinasi atau *adjusted* R^2 adalah 0,548 hal tersebut berarti 54,8% variabel minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan sedangkan sisanya (100%-54,8%) adalah 45,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan yang telah dijelaskan di atas.

¹¹⁹ Purwanto SK, dan Suharyadi, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), h. 525.

4. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya.

a. Pengaruh Manfaat (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Kemudahan Penggunaan (X_3) Terhadap Minat Nasabah (Y) Menggunakan Layanan

Mobile Banking Secara Simultan

Pengaruh Manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* berdasarkan pengujian perbandingan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $32,161 > 2,73$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima yang berarti manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya.

b. Pengaruh Manfaat (X_1) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Secara Parsial

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.¹²⁰ Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi.

¹²⁰ Davis, "Preived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology", *Jurnal Management Information System* (Online) Vol. 13, No. 3, h. 320.

Hasil uji secara parsial antara manfaat dengan minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* menyatakan bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil uji parsial yaitu nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $7,513 > 1,99254$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$

maka dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini dikarenakan semakin besar manfaat suatu teknologi, maka semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut, termasuk juga teknologi *mobile banking*. Manfaat layanan *mobile banking* yang begitu besar untuk nasabah melakukan transaksi perbankan dimana layanan *mobile banking* dapat mempersingkat waktu nasabah melakukan transaksi sehingga manfaat *mobile banking* dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan tersebut dan manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* tersebut.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Bastian Amanullah dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan *Mobile Banking*” Bastian Amanullah menyatakan dalam penelitiannya bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

c. Pengaruh Kepercayaan (X₂) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*

Kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung kepada pihak lain yang dipercaya. Sedangkan menurut kutipan Budi menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan penyedia jasa dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan, serta kemauan atau keyakinan mitra pertukaran untuk menjalin hubungan jangka panjang untuk menghasilkan kerja yang positif.¹²¹ Seiring maraknya kejahatan internet, keamanan dan kerahasiaan menjadi sangat dalam penggunaan *internet banking* ataupun *mobile banking*. Isu keamanan dan kerahasiaan menjadi isu yang paling diperhatikan oleh pengguna dalam penggunaan teknologi informasi.

Kebanyakan pengguna tidak memahami resiko keamanan dan kerahasiaan dari *electronic banking*. Pengguna beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan dari teknologi informasi layanan *mobile banking*. belum tentu sebuah bank besar, keamanan dan kerahasiaan data nasabah terjaga dengan baik.

Hasil uji variabel kepercayaan dengan minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. hal tersebut ditunjukkan dengan hasil uji parsial yaitu dengan hasil nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ dengan nilai sebesar $-1,590 < 1,99254$ dan nilai

¹²¹ Junai Al Fian, "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya", *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Vol. 5, No. 6, 2016, h. 4.

signifikansi sebesar $0,116 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Kepercayaan memiliki pengaruh negatif karena kemungkinan responden ragu-ragu dengan item pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner. Dimana pertanyaan item 1 yaitu saya merasa layanan *mobile banking* selalu akurat, dalam item pertanyaan ini responden tidak begitu percaya karena dalam layanan *mobile banking* sering mengalami masalah saat melakukan transaksi. Dalam pertanyaan item 2 yaitu *mobile banking* berkerja tanpa adanya gangguan sistem, dalam pertanyaan tersebut tidak semua responden setuju, karena layanan *mobile banking* cukup sering mengalami gangguan sistem dimana dalam setiap transaksinya harus memiliki sinyal ponsel yang kuat dan stabil untuk bisa di akses.

Dalam pertanyaan item 3 yaitu bank selalu memberi solusi yang tepat saat terjadi masalah dalam menggunakan *mobile banking*, dalam pertanyaan ini kemungkinan nasabah atau responden yang mengisi kuesioner ini beranggapan bahwa bank memang memberikan solusi saat terjadi masalah dalam melakukan transaksi di *mobile banking* tetapi solusi tersebut masih belum bisa memecahkan masalah yang di alami ketika menggunakan *mobile banking*. Sedangkan untuk pertanyaan item 4 yaitu saya merasa aman ketika bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking*, kemungkinan tidak semua nasabah atau responden setuju dengan pertanyaan ini dikarenakan tidak semua nasabah atau responden percaya bahwa setiap transaksi yang

dilakukan dalam *mobile banking* selalu aman karena mereka masih khawatir apabila data nya di akses oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

d. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X_3) Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*

Kemudahan Penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.¹²²

Konsep kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk bisa menggunakan.

Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan sistem informasi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakainya. Konsep ini memberikan pengertian bahwa apabila sistem informasi mudah digunakan, maka pengguna cenderung untuk menggunakan informasi tersebut.

Hasil uji secara parsial antara kemudahan penggunaan dengan minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Dikarenakan semakin besar kemudahan penggunaan suatu teknologi, maka semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakannya. Kemudahan penggunaan transaksi dalam

¹²² Davis, *Op. Cit*, h. 318.

layanan *mobile banking* dapat memudahkan nasabah bertransaksi perbankan seperti melakukan transfer sesama bank ataupun transfer ke bank lain, dimana transaksi *mobile banking* dapat dilakukan kapan pun dan dimana pun dan dapat mempermudah nasabah yang memiliki kesibukan, dengan layanan *mobile banking* nasabah dapat melakukan transaksi kapan pun sehingga nasabah tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan.

Sehingga kemudahan penggunaan dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* dan membuat variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* tersebut.

Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil uji parsial yaitu nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $3,342 > 1,99254$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Tjayono dengan judul “Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan *Internet Banking*”. Tjayono menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap positif penggunaan *internet banking*.

e. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Menurut Thorik G. Dan Utus H pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sekedar

mengantarkan dan melayani. Servis berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaian pun akan mengenai *heartshare* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heartshare* yang tertanam, loyalitas konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak diragukan.

Dalam ibadah, hukum yang berlaku adalah bahwa semua dilarang, kecuali yang ada ketentuannya berdasarkan al-quran dan hadits. Sedangkan dalam urusan muamalat, semua diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya. Ini berarti ketika suatu transaksi muncul dimana belum dikenal sebelumnya dalam hukum Islam, transaksi tersebut dapat diterima kecuali terdapat implikasi dari dalil al-Quran dan al-Hadits yang melarangnya secara implisit maupun eksplisit. Jadi dalam bidang muamalat semua transaksi diperbolehkan kecuali yang diharamkan. Meskipun dalam kosa kata fiqh Islam tidak mengenal kata “bank”, namun sesungguhnya bukti-bukti sejarah menyatakan bahwa fungsi-fungsi perbankan modern telah dipraktekkan oleh umat muslim, bahkan sejak zaman nabi Muhammad SAW.

Perusahaan perbankan khususnya perbankan syariah haruslah selalu memperhatikan kepentingan nasabahnya. Karena bank adalah lembaga yang bergerak di bidang pelayanan jasa keuangan. Walaupun begitu, setiap berhubungan dengan nasabah atau calon nasabah bank harus memperhatikan hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan akad. Adapun

yang harus diperhatikan dalam memberikan layanan atau memasarkan produk yang sesuai syariat Islam adalah:

1. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak, jadi dalam memasarkan produk atau memberikan pelayanan tidak boleh ada unsur memaksa kepada nasabah atau calon nasabah. Berdasarkan hasil observasi penulis, dalam praktek

nya di BSM Bandar Jaya sudah sesuai dengan prinsip Islam, dimana setiap transaksi yang dilakukan nasabah tidak ada unsur paksaan dari pihak BSM. Setiap transaksi yang dilakukan nasabah berdasarkan kerelaan dari nasabah sendiri, termasuk saat nasabah melakukan transaksi menggunakan layanan *Mobile Banking*.

2. Setiap berhubungan dengan para nasabah atau calon nasabah harus menjelaskan tentang produk-produk secara detail tanpa menutup-nutupi hal sebenarnya. Berdasarkan hasil obeservasi penulis, dalam prakteknya di BSM Bandar Jaya telah melakukan pemasaran produk sesuai dengan prinsip Islam, dimana pihak Bank setiap memasarkan suatu produk selalu menjelaskan secara detail kepada calon nasabah yang ingin menggunakan produk tersebut. Allah SWT berfirman dalam QS As-Syu'ara: 181-183:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ ﴿١٨٢﴾ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٣﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٤﴾ ﴾

Artinya: *Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.* (As-Syu'ara:181-183).

3. Kejujuran komunikasi, aspek kejujuran komunikasi didasarkan pada data dan fakta. Dalam al-Quran kejujuran diistilahkan dengan *amanah*, *ghoir al takdzib*, *shiddiq*, dan *al-haq*. Dengan dasar istilah-istilah tersebut,

maka seseorang tidak akan berkomunikasi secara dusta. Berdasarkan hasil observasi penulis, dalam prakteknya di BSM Bandar Jaya sudah sesuai dengan prinsip Islam, dimana dalam setiap transaksi nya pihak Bank selalu menyampaikan sesuai fakta yang ada kepada nasabah atau calon nasabahnya, tidak ada unsur dusta dalam setiap transaksi yang dilakukan

4. Berbuat adil yaitu dengan cara tidak melampaui batas atau mengambil keuntungan yang tidak pantas dari kernalangan orang. Berdasarkan hasil observasi penulis, dalam prakteknya BSM Bandar Jaya sudah memenuhi prinsip Islam, dimana pihak Bank memperlakukan seluruh nasabah ataupun calon nasabahnya secara adil, tidak membedakan antara nasabah satu dengan nasabah lainnya baik itu dari status pendidikan ataupun perbedaan ekonomi setiap nasabahnya. Allah SWT berfirman dalam QS An Nisa: 58:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

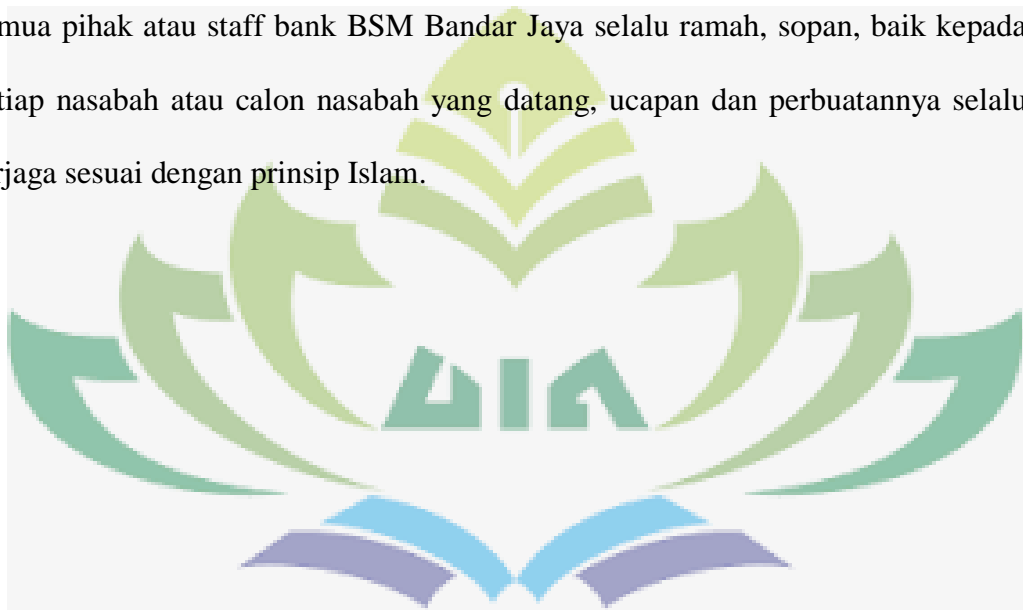


Artinya: *Sungguh Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaknya kamu menetapkan dengan adil. Sungguh Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh Allah Maha Mendengar, Maha Melihat. (QS An Nisa:58)*

5. Kebersihan adalah dasar pokok dalam Islam, Islam dan kebersihan tidak dapat dipisahkan. Kebersihan meliputi segala sesuatu baik ucapan maupun perbuatan dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil observasi penulis, dalam indikator ini pada prakteknya telah memenuhi prinsip Islam, dimana setiap ucapan maupun perbuatan para staff dan karyawan BSM Bandar Jaya terjaga sangat baik, ramah, dan sopan kepada nasabah atau calon nasabahnya yang datang.

Kesimpulan dari 5 indikator pelayanan menurut perspektif Islam di atas yaitu semua indikator telah sesuai dengan prinsip Islam dimana setiap transaksi yang dilakukan nasabah atau calon nasabah merupakan kemauan sendiri (kerelaan) tanpa ada paksaan dari pihak bank. Kemudian BSM Bandar Jaya dalam memasarkan produknya selalu menjelaskan secara detail kepada setiap nasabah atau calon nasabahnya yang akan menggunakan produk tersebut, termasuk produk pelayanan *mobile banking*.

Serta kejujuran dalam berkomunikasi dalam prakteknya di BSM Bandar Jaya telah sesuai dengan prinsip Islam dimana pihak bank selalu berkata yang sebenarnya sesuai fakta yang ada dalam berkomunikasi kepada nasabah atau calon nasabahnya. Maupun dalam memperlakukan nasabah secara adil, di BSM Bandar Jaya tidak membedakan antara nasabah satu dengan nasabah lainnya, baik itu dari status pendidikan ataupun status perekonomiannya. Dan dalam transaksi nya semua pihak atau staff bank BSM Bandar Jaya selalu ramah, sopan, baik kepada setiap nasabah atau calon nasabah yang datang, ucapan dan perbuatannya selalu terjaga sesuai dengan prinsip Islam.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisis data dalam penelitian yang membahas tentang “PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING*” (*Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya*) dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* berdasarkan pengujian perbandingan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $32,161 > 2,73$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima yang berarti manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya.
2. Variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yang dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $7,513 > 1,99254$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin besar

manfaat suatu teknologi maka semakin besar pula minat seseorang untuk menggunakannya.

3. Variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yang dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu sebesar $-1,590 < 1,99254$ dan nilai signifikansi sebesar $0,116 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak yang artinya bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.
4. Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yang dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $3,342 > 1,99254$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima yang artinya bahwa variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.
5. Kesimpulan dari 5 indikator kualitas pelayanan dalam perspektif Islam yaitu semua indikator telah sesuai dengan prinsip Islam dimana setiap transaksi yang dilakukan nasabah atau calon nasabah merupakan kemauan sendiri (kerelaan) tanpa ada paksaan dari pihak bank. Kemudian BSM Bandar Jaya dalam memasarkan produknya selalu menjelaskan secara detail kepada setiap nasabah atau calon nasabahnya yang akan menggunakan produk tersebut, termasuk produk pelayanan *mobile banking*.

Serta kejujuran dalam berkomunikasi dalam prakteknya di BSM Bandar Jaya telah sesuai dengan prinsip Islam dimana pihak bank selalu berkata yang

sebenarnya sesuai fakta yang ada dalam berkomunikasi kepada nasabah atau calon nasabahnya. Maupun dalam memperlakukan nasabah secara adil, di BSM Bandar Jaya tidak membedakan antara nasabah satu dengan nasabah lainnya, baik itu dari status pendidikan ataupun status perekonomiannya. Dan dalam transaksi nya semua pihak atau staff bank BSM Bandar Jaya selalu ramah, sopan, baik kepada setiap nasabah atau calon nasabah yang datang, ucapan dan perbuatannya selalu terjaga sesuai dengan prinsip Islam.

B. Saran

Dari hasil pembahasan dan analisis serta kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Saran bagi Bank Syariah Mandiri Cabang Bandar Jaya
 - a. Harus lebih meningkatkan promosi tentang layanan *mobile banking* kepada nasabahnya, di BSM Bandar Jaya layanan *mobile banking* terlambat berkembang karena layanan *mobile banking* di bank tersebut baru mulai aktif sejak periode Januari 2017 lalu. Mungkin ini disebabkan karena kurangnya pemasaran bank BSM Bandar Jaya tentang produk *mobile banking* sehingga tidak banyak nasabah yang mengetahui adanya produk tersebut dan tidak mengetahui apa kegunaan produk tersebut.
 - b. Tampilan aplikasi *mobile banking* dapat dibuat lebih menarik dan lebih informatif lagi, agar tulisan dapat terbaca jelas bagi pengguna yang mengalami gangguan pada penglihatan.

- c. Meningkatkan kembali layanan bantuan, karena masih banyak nasabah/pengguna yang belum mengerti tentang penggunaan aplikasi tersebut.
- d. Supaya dilakukan edukasi kepada nasabah yang baru membuka rekening untuk menginformasikan tentang aplikasi *mobile banking* untuk melakukan transaksi perbankan non tunai dan menjelaskan bahwa aplikasi *mobile banking* sebenarnya sudah dilengkapi keamanan yang canggih sehingga kerahasiaan transaksi dan data nasabah terjamin kemanannya.

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

- a. Diharapkan dapat terus mengembangkan penelitian ini. Dengan meneliti faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.
- b. Selain itu juga peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah sampel penelitian yang lebih banyak dari penelitian sebelumnya sehingga informasi dapat lebih mewakili atas apa yang terjadi dilapangan.

3. Saran Bagi Nasabah

- a. Nasabah harus mempercayai bank syariah, karena bank syariah menjalankan transaksi sesuai prinsip Islam.
- b. Nasabah pengguna *mobile banking* harus tetap berhati-hati ketika melakukan transaksi, karena tidak semua menjadi tanggung jawab pihak bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastian Amanullah. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking*. Skripsi Manajemen, Semarang, 2014.
- Davis. *Preived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology*. MS Quarterly, (Online) Vol. 13.
- Departemen Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015.
- Dwi Mastia Harlan. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking*. Skripsi Akuntansi, Yogyakarta, 2014.
- Fifip Chopipah. *Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Klik BCA Terhadap Kepuasan Nasabah*. Skripsi Manajemen, Jakarta, 2013.
- Hanun Sansa Bella. *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan, dan Computer Self Efficacy Terhadap Niatan Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa*. Skripsi, Ekonomi, Surakarta, 2014.
- Hardi Vizon. *Ayat-Ayat Tentang Konsumsi*. Makalah, Perbankan Syariah, Curup, 2016.
- Ikhwan Abidin. *Diklat Ekonomi Islam*. Jakarta: Tazkia Institute, 2001.
- Imam Sugih Rahayu. *Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*. Skripsi Perbankan Syariah, Yogyakarta, 2015.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Grup, 2011.
- Jumaini. *Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Nasabah*. Skripsi Ekonomi Islam, Riau, 2012.
- Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta, 2011.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Lexy Moleong. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Longgar Bhilawa. *Analisis Penerimaan Mobile Banking Dengan Pengalaman Sebagai Variabel Eksternal Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Skripsi, Surakarta, 2010.

- M. Nur Rianto Al-Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Mahmudatus Sa'diyah. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Nasabah Muslim Pengguna Mobile Banking Di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kudus*. Vol 1, No. 1, 2013.
- Muhammad Teguh. *Metodelogi Penulisan Ekonomi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005.
- Muhammad Syafi'I Antonio. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- P. Joko Subagyo. *Metode Penulisan Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004.
- Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa (Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2013-2014).
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Philip Kotler & Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Purwanto SK dan Suharyadi. *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat, 2004.
- Ridwan Sunarto. *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sumar'in. *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Syamsul Hadi Novi. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Layanan Mobile Banking*. Universitas Islam Indonesia.
- Tatik Suryani. *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Undang-Undang No.21 Tahun 2008.
- Wiji Nur Astuti. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Yandi Wibowo. *Analisis Tingkat Kesuksesan Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Metode Respesifikasi Model Delone Dan Mclean*. Skripsi Akuntansi, Surakarta, 2011.

